

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
(Н И У « Б е л Г У »)

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ

Кафедра мировой экономики

**МЕЖДУНАРОДНАЯ ТУРИСТСКАЯ ИНДУСТРИЯ РОССИИ И КИТАЯ:
ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ**

выпускная квалификационная работа
обучающегося по направлению подготовки 38.03.01 Экономика
очной формы обучения 4 курса группы 06001316
Чжан Кунь

Научный руководитель:
к.э.н., доцент кафедры
мировой экономики
Сивцова Н.Ф.

БЕЛГОРОД 2017

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	3
Глава 1. Теоретические аспекты международной туристской индустрии.....	7
1.1. Международный туризм: сущность, теории и функции.....	7
1.2. Нормативно-правовая база функционирования международного туризма	13
1.3. Современное состояние мировой туристской индустрии	19
Глава 2. Современное состояние и направления развития туристской сферы России и Китая.....	30
2.1. Факторов и условия международного сотрудничества России и Китая в туристском секторе.....	30
2.2. Особенности, формы и направления международного туризма между Россией и Китаем.....	38
2.3. Эффективность функционирования и тенденции развития туристических потоков России и Китая	43
Глава 3. Направления и перспективы развития туристской индустрии России и Китая.....	50
3.1. Современные проблемы и противоречия развития туристических потоков России и Китая.....	50
3.2. Направления и перспективы укрепления сотрудничества России и Китая в туристском секторе.....	54
Заключение	59
Список использованных источников	62
Приложение	70

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. В условиях современной мировой экономики, формирующейся под влиянием процессов глобализации экономического, политического, культурного и социального пространств, международный туризм является одной из самых высокодоходных и динамично развивающихся отраслей. Многочисленные исследования убеждают, что развитие туризма в той или иной стране способствует повышению уровня образования, совершенствованию системы медицинского обслуживания населения, внедрению новых средств распространения информации и т.д.

Туризм, как социально-экономический феномен, обеспечивает значительные денежные поступления в бюджет соответствующего региона, занятость, стимулирует реструктуризацию региональной экономики, ориентируя ее на экономический рост. Во многих развитых и развивающихся странах курортно-рекреационный бизнес превратился в индустрию международного масштаба, призванную обеспечить качественный и рациональный отдых туристов и занимающую по доходам ведущее место среди крупнейших экспортных отраслей экономики. По данным Всемирной Туристской Организации в сфере туризма в мире занято свыше 250 млн. чел., то есть каждый десятый работник. На его долю приходится 7% общего объема инвестиций, 11% мировых потребительских расходов, 5% всех налоговых поступлений, 1/3 мировой торговли услугами.

Важность исследования особенностей функционирования международного туризма определяется и тем, что въездной туризм является во многом индикатором благополучия государства, в то время как выездной – свидетельствует о благосостоянии граждан. Способность обеспечить достойный приём иностранным туристам демонстрирует скоординированную и плодотворную работу сразу целого кластера отраслей национальной экономики, причём на сегодняшний день эти отрасли

привлекают новейшие технологии и большое количество квалифицированных работников, что также решает задачи повышения качества экономического роста. Несомненно, индустрия с подобными характеристиками должна стать одним из локомотивов роста российской экономики, именно поэтому исследование проблем её развития и функционирования является теоретически и практически значимым.

Степень научной разработанности темы. В настоящее время туризм является предметом многих научных исследований и привлекает внимание специалистов, работающих в разных областях – менеджменте, маркетинге, экономике, культуре. Идет формирование комплексной науки, объединяющей разносторонние исследования сферы туризма.

Важную роль в теоретико-методологическом обосновании сферы туризма сыграли труды таких ученых как: М.Б. Биржаков, Н.И. Кабушкин, В.А. Квартальнов и других. Изучению состояния и перспектив развития туристской индустрии России уделяют А.Ю. Александрова, З.М. Горбылева, Л.С. Сосненко и другие.

Особое внимание проблемам развития туризма уделяют такие авторы как: В.Г. Гуляев, М.А. Жукова. В работе А.Д. Чудновского дается обоснование туризма как одного из факторов социально-экономического развития региона.

Цели и задачи исследования. Целью данной работы является анализ динамики современного состояния международной туристской индустрии в России и Китая. Для достижения поставленной цели в работе были определены следующие задачи:

- рассмотрены сущность, теории, функции и нормативно-правовую базу функционирования международного туризма изучить теоретическую основу международного туризма;
- определить особенности, формы, факторы, направления и условия международного сотрудничества России и Китая;

- оценить эффективность функционирования и тенденции развития туристических потоков России и Китая;
- выявить современные проблемы и противоречия развития туристических потоков России и Китая;
- определить направления укрепления сотрудничества России и Китая в туристском секторе.

Объект и предмет исследования. Объектом исследования является международная туристская индустрия, предметом – современное состояние и направления развития международной туристской индустрии между Россией и Китаем.

Теоретическая значимость исследования заключается в конкретизации сущности понятия международного туризма.

Практическая значимость исследования заключается в том, что полученные результаты могут быть использованы представителями органов власти в ходе регулирования и стимулирования развития международной туристской индустрии.

Методы исследования. В проведенном исследовании используются как общенаучные (системный подход, логический, статистический и сравнительный анализ) методы, так и методы диалектики общего и специфического, восхождения от абстрактного к конкретному, структурно-генетического анализа и синтеза, а также анализ специализированной литературы по теме исследования.

Информационно – методологическая база. Методологической основой исследования послужит инструментарий экономической теории, теории статистики и оценки международной туристской индустрии, законодательные акты, труды отечественных и зарубежных ученых, посвященных изучаемой проблеме, базы данных Федеральной службы государственной статистики.

Структура выпускной квалификационной работы. Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трех глав и выводов к ним, заключения, списка использованной литературы, приложений.

Во введении обосновывается актуальность темы исследования, характеризуется степень научной разработанности проблемы, формулируются цели и задачи исследования, определяется теоретическая и методологическая основа работы, излагается логика исследования, раскрывается теоретическая и практическая значимость, характеризуется степень апробации полученных результатов.

В первой главе «Теоретические аспекты международной туристской индустрии» рассмотрены сущность, теории и функции международного туризма, изучена нормативно-правовая база функционирования международного туризма, а также современное состояние мировой туристской индустрии.

Во второй главе «Современное состояние и направления развития туристской сферы России и Китая» определены факторы и условия международного сотрудничества России и Китая, выявлены особенности, формы и направления международного туризма между Россией и Китаем, оценена эффективность функционирования и тенденции развития туристических потоков России и Китая.

В третьей главе «Направления и перспективы развития туристской индустрии России и Китая» выявлены современные проблемы и противоречия развития туристических потоков России и Китая и определены направления укрепления сотрудничества России и Китая в туристском секторе.

В заключении сформулированы основные выводы и положения выпускной квалификационной работы.

Список использованных источников включает источники информации, изученные и проработанные студентом в процессе выполнения дипломной работы.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ

1.1. Международный туризм: сущность, теории и функции

Туризм как мировое явление начал заявлять о себе еще с середины XVIII в. Туристические поездки стали привычным делом для жителей экономически развитых стран с конца XIX в. Однако первая и Вторая мировые войны остановили развитие туризма в мировом масштабе, но уже вторая половина века XX ознаменовалась таким явлением, как международный туризм, поскольку передвижения людей в туристских целях охватили все страны земного шара. В настоящее время международный туризм является одной из наиболее динамично-развивающихся сфер внешнеэкономической деятельности и занимает важное место в современной мировой экономике, причем его роль постоянно возрастает [9, С. 45].

Несмотря на то, что однозначной трактовки понятия «туризм», принятой всеми странами без исключения, не существует наиболее концептуальным считается определение туризма, данное в середине XX в. швейцарскими специалистами-исследователями туризма В. Хунцикером и К. Крапфом, которые туризм определяли как «совокупность отношений и явлений, являющихся результатом передвижения людей и пребывания их за пределами своего места проживания до тех пор, пока пребывание не переходит в постоянное местожительство и не связано с получением дохода» [17, С. 34].

В соответствии с Манильской декларацией по мировому туризму (1980 г.) под туризмом понимается деятельность, имеющая важное значение в жизни народов в силу непосредственного воздействия на социальную, культурную, образовательную и экономическую области жизни государств и их международные отношения [24].

Туризм в широком смысле – это социально-экономическая система, в рамках которой люди и их коллективы реализуют свои социальные,

экономические, экологические, культурно-познавательные и другие интересы, а также удовлетворяют соответствующие потребности [14, С. 45]. Основные направления трактовки данного понятия представлены в таблице 1.1.

Таблица 1.1

Основные определения понятия «туризм» и его значение

Содержательные определения понятия «туризм»	Литературный источник
Туризм – это большая экономическая система с разнообразными связями между отдельными элементами в рамках как народного хозяйства отдельной страны, так и связей национальной экономики с мировым хозяйством в целом	Азар В.И. Экономика и организация международного туризма. М.: Экономика, 1984.
Туризм – это взаимосвязанное объединение видов деятельности и организаций, которые полностью или частично предоставляют услуги транспорта, товары, размещение и другие необходимые средства для поездок с любой целью, не связанной с повседневной деятельностью, за пределами места постоянного проживания	Walters S.R. Travel Industry World Yearbook. The Big Picture. 1985.
Туризм – это совокупность, система, структура, отрасль, которая включает в себя следующие признаки или виды деятельности и услуги: <ul style="list-style-type: none"> • деятельность туристских организаций – туроператоров и турагентов; • большинство услуг пассажирского транспорта, включая аренду автомобилей и использование транспорта для экскурсий; • средства размещения и питания; • рекреационные, культурные, спортивные и другие развлекательные услуги; • дополнительные и вспомогательные услуги, такие как, услуги гидов, организация конгрессов, страхование, связанные с туризмом финансовые услуги – кредитные карточки, туристские чеки и вспомогательные службы, медицинское обслуживание, торговля товарами туристского назначения и для использования туристами (беспошлинная торговля, магазины в туристских центрах). 	Trade in Tourism Service/GATT Secretariat NTN. 1989.
Туризм – группа связанных отраслей: совокупность гостиниц и иных средств размещения; <ul style="list-style-type: none"> • средств транспорта; • объектов общественного питания; • объектов и средств развлечения; • объектов познавательного, делового, оздоровительного, спортивного и иного назначения; организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, а также организаций, предоставляющих экскурсионные услуги и услуги гидов-переводчиков. 	Игнатъева М. Ф. Место и роль туристского комплекса в современной экономике. Авто-реф. дисс. канд. экон. наук. СПб., 1994.

Составлено по материалам: [5, 15, 17, 49, 50]

Вся деятельность перечисленных организаций в сфере туризма, включающая и производство туристских услуг, превращается в сформированный национальный туристский продукт, с которым страна выходит на туристский рынок. На туристском рынке происходит превращение товара – туристских услуг (туристского продукта) – в деньги и, соответственно, дальнейшее превращение денег в туристский продукт.

Туристская услуга является выражением такой категории рынка, как «предложение», но одновременно она ориентируется и на присущую рынку категорию «спрос» – соблюдение разумного баланса в данных категориях является показателем эффективности рынка как такого, и туристского рынка в частности [50, С. 18].

Туристским услугам присущи такие характеристики, которые отличающую данную услугу от товара: 1) неосвязаемость; 2) неразрывность производства и потребления; 3) изменчивость; 4) неспособность к хранению.

Туристский рынок представляет собой сферу свободного обращения услуг, товаров, работ, финансовых средств и информации в рамках системы туризма, как экономическая категория туристский рынок – это совокупность социально-экономических процессов и отношений в сфере маркетинговых исследований, производства, обмена и распределения между производителями и потребителями туристских услуг [55, С. 142].

Обладая всеми признаками рынка, туристский рынок характеризуется целостностью, структурированностью, взаимозависимостью и связанностью с внешней средой, иерархичностью, целенаправленностью поведения субъектов отношений в сфере туризма, самоорганизацией

В процессе выполнения туристским рынком функции – реализации стоимости и потребительской стоимости, заключенных в туристском продукте – происходит движение стоимости, которое отражается посредством обмена: деньги – туристский продукт [42, С. 37].

На практике под туристским продуктом понимают три основных вида возможных предложений туристских услуг на рынке [47]:

– комплексную туристскую услугу, включающую в себя размещение, питание, транспортные, бытовые, экскурсионные, спортивные и оздоровительные услуги, объединенные единой целью и программой пребывания;

– отдельные туристские услуги, такие как размещение, питание, а также транспортные, экскурсионные, спортивные, оздоровительные и бытовые услуги, предлагаемые по отдельности, не в рамках одной программы;

– товары туристского назначения. К ним относятся карты, палатки, спальные мешки, рюкзаки и все остальное туристское и спортивное снаряжение, как индивидуальное, так и групповое, а также сувенирная туристская продукция.

На туристском рынке происходит непрерывное движение потоков денег и туристского продукта, которые движутся навстречу друг другу, создавая туристский кругооборот. Туристский кругооборот осуществляется по схеме, представленной на рисунке 1.1.

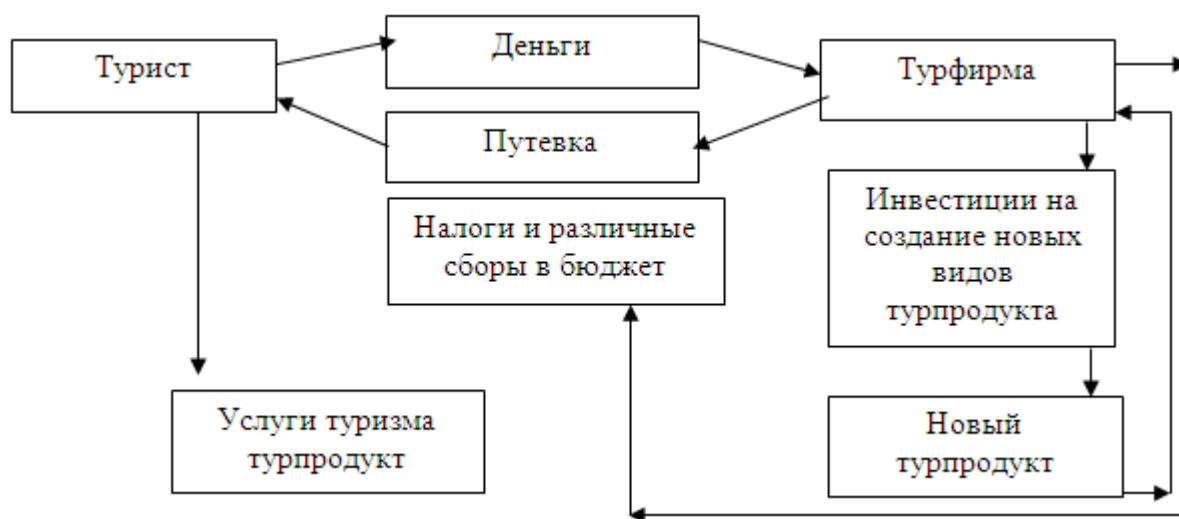


Рис.1.1 Туристский кругооборот

Источник: [55, С. 65]

Таким образом, туристский кругооборот можно описать последовательностью следующих действий: 1) турист платит деньги турфирме за турпутевку; 2) турфирма выдает туристу турпутевку; 3) турист

обменивает путевку на турпродукт, т. е. на конкретные услуги туризма; 4) в процессе реализации турпродукта турист получает туристские впечатления, т.е. происходит процесс косвенного возврата туристу его денег; 5) турфирма производит инвестиции в развитие туристского рынка, туристской индустрии и на создание новых видов турпродукта; 6) турфирма получает новые виды турпродукта; 7) турфирма платит налоги и различные сборы в бюджет.

Завершение этого обмена означает законченность акта товарно-денежных отношений, реализацию стоимости, заключенной в туристском продукте, и общественное признание его потребительской стоимости. В результате обеспечивается нормальный ход общественного воспроизводства, появляются и накапливаются денежные средства для развития туристской индустрии.

Структура туристского рынка предполагает деление туризма по типам, при этом выделяют внутренний, въездной и выездной туризм. Типы туризма могут по-разному сочетаться, образуя следующие категории туризма [49, С. 73]:

- национальный, в пределах страны (т.е. объединение внутреннего туризма и выездного);
- международный (включает в себя въездной).

Международный туристский рынок – явление уникальное по масштабам и темпам своего развития, поскольку современные люди, вовлеченные в туристское движение во всем его разнообразии, легко преодолевают и пространство, и время.

Отметим, что международный туризм как вид бизнеса при эффективной организации и управлении способен стимулировать развитие экономических систем различного уровня локализации. Другими словами международный туризм выступает индикатором социально-экономического развития любой страны, в частности, таких важнейших секторов экономики, как транспорт, торговля, коммуникации, строительство и сельское хозяйство.

Положительное влияние на рост международных туристских обменов оказало развитие транспорта, повышение его комфортабельности при доступных ценах, а кроме того, развитие средств коммуникации и информации, рост индустрии развлечений. В конце XX – начале XXI века туризм стал глобально интернациональным [7, С. 31].

К преимуществам развития въездного международного туризма для каждой страны относятся [55, С. 128]:

- увеличение денежного потока в регион, в том числе приток иностранной валюты;
- рост валового национального продукта;
- создание новых рабочих мест;
- реформирование структуры отдыха, которая может быть использована как туристами, так и местным населением;
- привлечения капитала, в том числе и иностранного; увеличение налоговых сборов принимающего региона.

Основными индикаторами состояния туристского рынка в стране являются: туристские ресурсы; международные туристские потоки (количество прибытий и убытий в каждой стране); туристские перевозки; гостиничные предприятия; специализированные средства размещения; общественное питание; производство товаров для туризма; платные услуги в сфере туризма; цены на туристские услуги; финансы туристской сферы; инвестиции в сфере туризма; организация деятельности туристских фирм; труд и заработная плата в сфере туризма [63, С. 608].

Помимо этого, существует такое понятие, как дифференциация туристского рынка, т.е. разделение рынка на различные сегменты спроса на туристский продукт, обусловленные едиными признаками потребления, свойственными каждому конкретному сегменту, обобщенными параметрами которого являются [62, С. 74]:

- вид туристской деятельности по отношению к стране;
- организация туризма;

- продолжительность и протяженность поездок;
- активность передвижения по маршруту;
- социальный уровень потребителей;
- возраст туристов;
- цели туризма;
- виды путешествий и т.д.

Показатель статистики международных туристских потоков, т.е. количество прибытий (отбытий), которое исчисляется числом зарегистрированных туристов, прибывших в страну (выбывших из нее) за определенный период времени (обычно за календарный год) и продолжительность пребывания в стране с туристскими целями наравне со статистикой туристских расходов и доходов являются одними из ключевыми показателями состояния туристического рынка страны [55, С. 215].

Таким образом, туризм оказывает существенное влияние на экономику и развитие региона, способствуя притоку валюты в страну, созданию новых рабочих мест, улучшению инфраструктуры и т. д. Прямое влияние туризма на экономику страны или региона – это результат доходов туриста на покупку услуг и товаров туризма.

1.2. Нормативно-правовая база функционирования международного туризма

В условиях глобализации и тесного межкультурного взаимодействия многие страны мира развивают отрасль индустрии туризма. По итогам международных конференций по туризму отмечалось, что устойчивое развитие индустрии туризма, как в отдельном регионе, так и в стране в целом зависит, прежде всего, от усилий со стороны государства: «Туризм должен планироваться государственными властями, а также туристической индустрией на комплексной и последовательной основе с учетом всех аспектов. В этих условиях представляется необходимым расширять во всех

странах права и обязанности туристских администраций, приравнивая их к тому же уровню, которые имеют администрации, отвечающие за другие крупнейшие экономические отрасли» [51, С. 104].

Сфера туризма представляет собой сложный межотраслевой комплекс. В связи с этим нормативное правовое регулирование отношений в данной сфере включает в себя не только правовые акты законодательства о туристской деятельности, но и акты различных отраслей законодательства отдельных стран.

Мировой туристский рынок функционирует в соответствии с международными нормативно-правовыми актами и соглашениями, законодательством своей страны в сфере туризма, и руководствуется принципами, определенными [17, С. 184]:

- Всеобщей декларацией прав человека;
- Международной Манильской декларацией (1980), которая определила права на отдых, свободу путешествия в туризме в качестве важнейшего элемента в развитии человеческой личности;
- Гаагской декларации по туризму (1989), провозгласившей десять принципов туризма, согласно которым туризм должен стать массовым, свободным и безопасным.

Помимо этого туристы должны соблюдать традиции, правила, обычаи, принимающая сторона должна обеспечить свободный доступ к ресурсам и безопасность туристов на своей территории.

Принцип государственного регулирования туристской деятельности заключается в том, что государство, признавая туристскую деятельность одной из приоритетных отраслей экономики, содействует ее развитию и создает благоприятные условия для ее функционирования, определяет и поддерживает приоритетные направления, формирует образ России, как страны благоприятной для туризма, рекламирует его на международном уровне, а также осуществляет поддержку и защиту российских туристов, туроператоров и турагентов [17, С. 184]. При этом основными целями

государственного регулирования туристской деятельности являются [14, С. 84]:

- обеспечение прав граждан на отдых, свободу передвижения и иных прав при совершении путешествий;
- создание условий для деятельности направленной на воспитание, образование и оздоровление туристов;
- развитие туристской индустрии, создание новых рабочих мест, увеличение доходов государства и граждан России, развитие международных контактов;
- сохранение объектов туристского показа, рациональное использование культурного и природного потенциала туристских регионов России.

При проведении государственной политики в сфере туризма национальные туристские администрации большинства стран учитывают прогноз развития туризма в мире, составленный Всемирной туристской организацией (ЮНВТО) – крупнейшей межправительственной организацией, являющейся специализированным учреждением ООН и насчитывающей в своем составе 153 страны [44]. Согласно исследованию ЮНВТО «Туризм - панорама 2020» увеличение мировых туристских прибытий в период между 2000 и 2020 гг. прогнозируется более чем вдвое. Прогноз показывает, что число международных туристских прибытий должно к 2020 г. составить 1,56 млрд. чел., из которых 1,18 млрд. чел. будут путешествовать в пределах своих регионов (имеются в виду Европа, Америка, Африка и др.), и только 377 млн. чел. будут совершать дальние путешествия в другие регионы мира. Однако в течение рассматриваемого периода дальние поездки в другие регионы мира будут расти быстрее, чем путешествия внутри своих регионов.

Современное состояние нормативного правового регулирования в сфере туризма характеризуется следующими тенденциями [51, С. 64]:

- развитием и реализацией правовых норм, направленных на повышение гарантий и эффективности защиты прав и законных интересов потребителей туристского продукта, качества и безопасности туризма;
- усилением экономической (финансовой) ответственности лиц, осуществляющих туристскую деятельность, за нарушение гражданско-правовых обязательств, а как следствие - повышением прозрачности, стабильности и инвестиционной привлекательности туристского бизнеса;
- появлением правовых актов, регламентирующих вопросы классификации и стандартизации в различных сегментах туристской индустрии (средства размещения, пляжи, горнолыжные трассы и др.);
- развитием нормативного правового регулирования в области безопасности туризма;
- формированием правовых основ саморегулирования на туристском рынке, в том числе активным развитием нормотворчества саморегулируемых организаций (ассоциаций (союзов) туроператоров, банков и страховщиков);
- комплексностью нормативного правового регулирования в сфере туризма, в том числе наличием значительного числа «туристских норм» в смежных с законодательством о туристской деятельности отраслях законодательства (далее – смежное законодательство);
- развитием регионального правотворчества в сфере туризма и его унификацией;
- гармонизацией законодательства отдельных стран и права Европейского Союза, законодательств государств Содружества независимых государств и др.

Отметим, что в настоящий момент в большинстве стран законодательство о туристской деятельности в значительной мере соответствует нормам и принципам международного права, гармонизировано с правом Европейского Союза и законодательством развитых в туристском отношении государств.

Для получения максимальной выгоды от туризма каждое государство разрабатывает туристскую политику, которая является одним из видов социально-экономической политики государства [25, С. 67].

Туристская политика государства – это совокупность форм, методов и направлений воздействия государства на функционирование сферы туризма для достижения конкретных целей сохранения и развития социально-экономического комплекса. Как правило, основные направления туристской политики сводятся к следующему [17, С. 87]:

- защита прав путешественников;
- защита интересов производителей отечественного турпродукта;
- всемерная поддержка международного туризма, которая может проявляться в форме: прямых инвестиций в формирование туристской инфраструктуры; научного и рекламно-информационного обеспечения продвижения национального турпродукта на мировом рынке; налоговых и таможенных льгот, стимулирующих приток инвестиций.

Основными целями государственного регулирования туристской деятельности являются [7, С. 31]:

- обеспечение прав граждан на отдых, свободу передвижения и иных прав при совершении путешествий;
- создание условий для деятельности направленной на воспитание, образование и оздоровление туристов;
- развитие туристской индустрии, создание новых рабочих мест, увеличение доходов государства и граждан России, развитие международных контактов.

На основании приоритетных направлений, государственное регулирование развития туризма осуществляется следующим образом [7, С. 31]:

1. Создание нормативных и правовых актов, направленных на упорядочение и совершенствование отношений в сфере туристской индустрии в целях:

- стимулирования инвестиционной деятельности, направленной на сохранение, развитие и эффективное использование туристских ресурсов;
- создания современной туристской инфраструктуры;
- концентрации ресурсов для достижения целей развития новых форм туризма.

2. Содействие в продвижении турпродукта на внутреннем и мировом туристских рынках.

3. Установление правил въезда, выезда и пребывания на территории страны.

4. Прямыми бюджетными ассигнованиями на разработку и реализацию федеральных целевых программ развития туризма.

5. Защитой прав и интересов туристов, обеспечение их безопасности. В целях повышения качества туристских услуг и обеспечения безопасности туризма в области стандартизации и классификации объектов туристской индустрии утверждены нормативные правовые акты, регламентирующие вопросы классификации объектов туристской индустрии. Так классификация гостиниц осуществляется на основе государственно-частного партнерства, подтверждая оценку качества обслуживания, став своего рода знаком качества. Как показывает международная практика, наличие «звезд» у гостиницы существенно повышает ее привлекательность для потенциальных клиентов.

6. Создание благоприятных условий для инвестиций, налогового и таможенного регулирования.

7. Содействие кадровому обеспечению туристской деятельности и развитие научных исследований в сфере туризма.

Таким образом, нормы законодательства о туристской деятельности тесно переплетаются с правовыми нормами, регулирующими вопросы правового положения иностранных граждан, миграционного учета, вопросами выезда за пределы отдельно взятой страны и въезда из нее. В связи с этим принятие государством решений в данной сфере должно

осуществляться с учетом соблюдения баланса интересов развития въездного туризма, а также интересов обеспечения национальной безопасности. Требования динамики развития туристского рынка обуславливают необходимость постоянного совершенствования законодательных актов сферы туризма, а также мониторинга смежного законодательства, влияющего на состояние туристской индустрии.

1.3. Современное состояние мировой туристской индустрии

Современный туризм играет важную роль в мировом социально-экономическом развитии, активно умножая как количество, так и качество дестинаций. Анализ современного состояния туризма показывает, что в последние годы эта сфера в целом развивается стабильно и динамично [24].

Многие страны мира целенаправленно превращают территории своих государств в места постоянного привлечения мировых туристских потоков, исходя из выгодной для себя и мирового турбизнеса конфигурации их взаимодействия. Это проявляется в формировании транспортных, гостиничных, ресторанных цепей, культурно-развлекательной индустрии, создании систем безопасности, бронирования, информирования, связи и т.д.

В разрезе мирового туристского рынка мировое пространство подразделяют на макрорегионы, каждый из которых как социально-территориальный феномен представляет собой группу стран (мезорегионы), составляющих определенную целостность относительно устойчивых экономико-географических, демографических и социокультурных особенностей. Согласно классификации ЮНВТО в мире выделяют шесть туристских макрорегионов [17, С. 184]:

- 1) Азиатско-Тихоокеанский – страны Восточной и Юго-Восточной Азии, Австралия и Океания;
- 2) Американский – страны Северной (Канада, США), Центральной, Южной Америки и Вест-Индии (страны Карибского бассейна);

- 3) Антарктида;
- 4) Африканский – страны Африки, кроме Египта и Ливии,
- 5) Ближне-Восточный – страны Западной и Юго-Восточной Азии, Египет и Ливия;
- 6) Европейский – страны Западной, Северной, Центральной, Южной и Восточной Европы, включая все страны СНГ и Балтии, а также государства Средиземноморья (Израиль, Кипр, Турция).

Мировой опыт показывает, что успешность развития туризма в большей степени зависит от восприятия этой отрасли государственными структурами, от того, насколько эффективно проведена организация туризма в стране и насколько она пользуется государственной поддержкой [44].

В 2015 году доходы от международного туризма с учетом влияния инфляции и колебаний валютного курса составили 1,260 млрд. долл. США (1,136 млрд. Евро), что соответствовало росту на 3,6% по сравнению с предыдущим 2014 годом. Еще 211 млрд. долл. США был получен в сфере международных пассажирских перевозок, благодаря чему общая сумма экспортных поступлений от международного туризма составила в 2015 г. 1,5 триллиона долл. США (в среднем 4 млрд. долл. США в день) [64]. Число занятых в туристской сфере также увеличилось, достигнув в 2015 г. 266 млн. человек. В среднем каждый одиннадцатый работник во всех странах мира трудится в сфере туризма.

Как категория экспорта туризм занимает сегодня третье место в мире после топливной и химической промышленности, опережая продовольственный сектор и сектор автомобильной продукции [40]. Туризм в 2015 г. создал более 30% мировых поступлений от экспорта коммерческих услуг и около 7% мирового экспорта всех товаров и услуг [44].

Международный туризм в мире крайне неравномерен, что объясняется в первую очередь разными уровнями социально-экономического развития стран и регионов. Наибольшее развитие международный туризм получил в западноевропейских странах. На долю этого региона приходится свыше 70%

мирового туристического рынка и около 60% валютных поступлений. Примерно 20% приходится на Америку, менее 10% – на Азию, Африку и Австралию вместе взятые. Подобное развитие международных туристических связей повлекло за собой создание многочисленных международных организаций, содействующих улучшению работы этой сферы международной торговли. Многие высокоразвитые страны Запада, такие, как Швейцария, Австрия, Франция, значительную долю своего благосостояния построили на доходах от туризма. Итак, международный туризм, характерной чертой которого является то, что значительная часть услуг производится с минимальными затратами на месте, играет все более заметную роль в мировой [40].

По данным Всемирной туристской организации (UNWTO), количество международных туристских прибытий в мире за последние десять лет возросло в 1,5 раза и достигло в 2015 г. 1184 млн. человек (рис. 1.2):

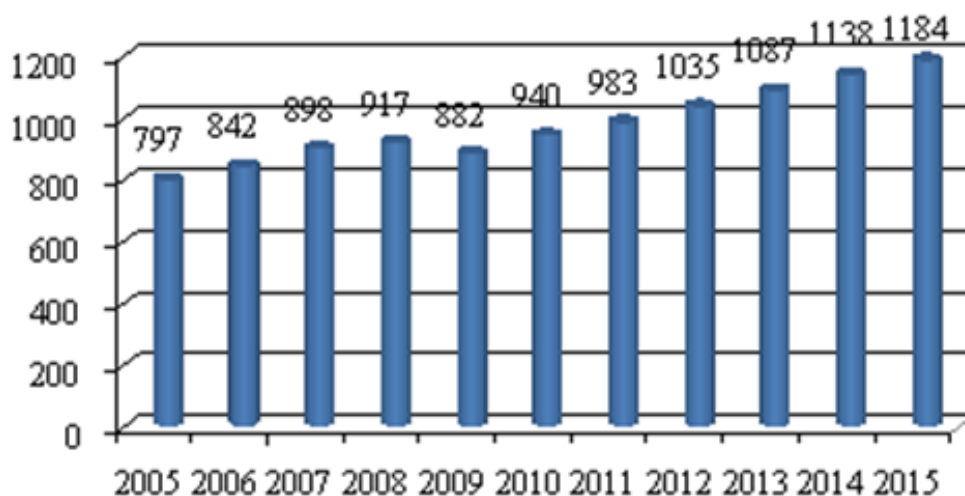


Рис.1.2. Количество туристских прибытий в мире (млн. чел.)

Источник: [44]

Среди регионов, наибольший рост туристских прибытий в 2015 г. был отмечен на Американском континенте (+ 5%), в Европе (+ 5%) и в Азиатско-Тихоокеанском регионе (+ 5%), тогда как на Ближнем Востоке (+ 2%) показатель роста был более скромным, а в Африке (-3%) отрицательным. Что касается субрегионов, среди них наилучшие результаты в 2015 г. показали Центральная Америка, Океания и Карибский регион (во всех перечисленных

субрегионах средний рост составил 7%).

Прирост международных туристских прибытий в Европейские страны в 2015 г. по сравнению с 2014 г. (+4,0%) повысился и составил 5,0%, что позволило Европе стать лидером по темпам роста в абсолютном и относительном выражении. Такому результату способствовало ослабление позиций Евро по отношению к доллару США и валютам других стран в 2015 г. Общее количество прибытий в Европе достигло 609,0 млн. чел., что на 29 млн. больше, чем в 2014 г. (см. рис. 2). Лидерами среди субрегионов стали дестинации Северной, Центральной и Восточной Европы (по +7,0%), среди которых необходимо отметить существенный прирост туристских потоков в Исландию (+ 29%), Великобританию (+ 6%), Таджикистан (+ 94%), Румынию (+ 17%), Венгрию (+ 18%), Словакию (+ 17%), Латвию (+ 10%), Российскую Федерацию (+ 5%), Чешскую республику (+ 5%), Польшу (+ 5%) [24].

В Южной и Средиземноморской Европе средний рост прибытий составил + 5%. Наибольший рост наблюдался в Боснии и Герцеговине (+ 27%), Монтенегро (+ 16%), Македонии (+ 14%). Устойчивый рост продемонстрировали также Андорра (+ 13%), Албания (+ 13%), Словения (+ 12%), Португалия (+ 10%), Сербия (+ 10%), Хорватия (+ 9%), Кипр (+ 9%), Греция (+ 7%), Мальта (+ 6%), Испания (+ 5%). Спад наблюдался в Сан-Марино (- 28%), Израиле (- 4%), Турции (- 1%). Рост в дестинациях Западной Европы составил в 2015 г. в среднем лишь + 3% (рис. 1.3).

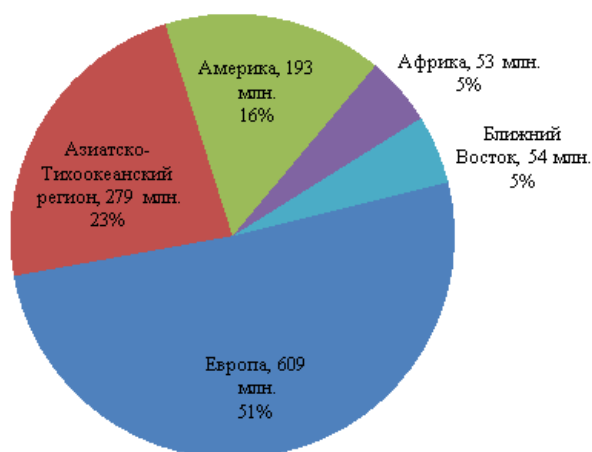


Рис. 1.3. Международные туристские прибытия в 2015 г.
Источник: [44]

Азиатско-Тихоокеанский регион посетили в 2015 г. 279 млн. иностранных туристов, что на 15 млн. (6%) больше, чем в 2014 г. Таким образом, темпы роста международных прибытий в относительном выражении позволили региону занять в 2015 г. второе место после Америки. Доходы от международного туризма принесли региону 418 млрд. долл. США, что больше соответствующего показателя в 2014 г. на 41 млрд. долл. США (на 4% в относительном выражении). При том, что число международных прибытий составляет 24% от общемирового показателя, на долю поступлений от международного туризма в этот регион приходится 33% [57].

Лидерами роста среди субрегионов стали в 2015 г. Юго-Восточная Азия и Океания, где рост туристских прибытий составил в среднем 7,5%. Лидером роста в Юго-Восточной Азии стала Мьянма (+ 52%), существенно увеличили число туристских прибытий Тайланд (+ 20%), Лаос (+ 12%), Филиппины (+ 11%) и Индонезия (+ 10%). В Океании рекордные показатели в 2015–г. у островных дестинаций Палау (+ 15%), Самоа (+ 11%), Фиджи (+ 9%) и Новой Каледонии (+ 6%). Рост прибытий в ведущие дестинации – Австралию и Новую Зеландию – составил + 8% и + 10% соответственно.

В Южной Азии также наблюдался рост международных прибытий, в среднем составивший 4%. Поток туристов в Шри-Ланку вырос в 2015 г. на 18%, в Иран – на 5%. Лидером среди субрегионов в абсолютном выражении стала Индия, показавшая рост + 5%. После нескольких лет лидерства, Северо-Восточная Азия в 2015 г. увеличила число международных прибытий всего на 4%. Такой низкий результат объясняется снижением роста прибытий в Гонконг (- 4%), Макао (- 2%), Монголию (- 2%) и Южную Корею (- 7%), хотя в ряде других дестинаций наблюдался устойчивый рост прибытий: Япония (+ 47%), Тайвань (провинция Китая) (+ 5%), Китай (+ 2%) [40].

В Американском регионе в 2015 г. число прибытий возросло на 11 млн. (+ 6%), и достигло рекордной отметки 193 млн. Поступления от международного туризма достигли показателя 304 млрд. долл. США, в

относительном выражении рост составил 8% в год. Это обеспечило долю 16% в общем числе международных прибытий в мире, и 24% в общей мировой сумме денежных поступлений от международного туризма. В Северной Америке, обеспечивающей две трети туристских прибытий Американского региона, рост международных прибытий составил в среднем 6% в год за счет роста прибытий в Мексику (+9%) и Канаду (+ 9%). Рост прибытий в США в связи с укреплением доллара и, как следствие, относительным удорожанием стоимости всех ресурсов, был относительно низким, и составил + 3% [57].

Страны Карибского бассейна увеличили свои показатели в 2015 г. до + 7% по сравнению с предыдущим годом, когда средний рост составлял + 5%. Лидерами стали Куба (+ 18%), Аруба (+ 14%) и Барбадос (+ 14%). Среди субрегионов высокие показатели в 2015 г. также у Гаити (+ 11%), Доминиканской Республики (+ 9%) и Пуэрто-Рико (+ 9%), тогда как рост прибытий на Багамские Острова (+ 3%) и Ямайку (+ 2%) снизился по сравнению с прошлым годом.

Рост прибытий в Центральную Америку составил в 2015 г. в среднем + 7%, за счет таких субрегионов, как Панама (+ 20%), Белиз (+ 6%), Коста-Рика (+ 5%) и Гондурас (+ 5%). Число прибытий в Южную Америку выросло на 6% в 2015 г., благодаря существенному росту этого показателя у Парагвая, почти удвоившего число прибытий (+ 88%), а также Чили (+ 22%) и Колумбии (+ 16%). Такие крупные дестинации, как Бразилия и Эквадор, в 2015 году продемонстрировали отрицательный рост [44].

Число туристских прибытий в страны Африканского континента сократилось в 2015 году на 3%, в связи с продолжающимися медицинскими проблемами и геополитической нестабильностью, приводящими к замедлению экономического роста. В 2015 г. континент посетили 53 млн. туристов, обеспечив поступления в сумме 33 млрд. долл. США. Регион продолжает обеспечивать пятипроцентную долю количества международных прибытий в мире и 3% всех мировых поступлений от туризма. Средний рост

числа прибытий в Северной Африке составил в 2015 г. (– 12%), отрицательные темпы роста продемонстрировали ведущие дестинации: Алжир, Марокко и Тунис. Дестинации, расположенные южнее Сахары, благодаря введению новых визовых режимов сохранили средний рост посещаемости на уровне 2%. Лидерами среди дестинаций стали Гвинея-Биссау (+ 21%), Сейшелы (+ 19%), Маврикий (+ 11%), Мадагаскар (+ 10%) и Зимбабве (+ 9%), отрицательный рост наблюдался в Кении (– 12%), Того (– 3%), Мозамбике (– 7%), Сьерра-Леоне (– 46%) [4, с. 11] [24].

Ближний Восток сохранил в 2015 г. рост на уровне + 2% (после + 4% в 2014 году). Количество международных туристских прибытий выросло на 1 млн. и составило 53 млн. Сумма поступлений от туризма также выросла на 5 млрд.долл. США и достигла 54 млрд.долл. США. Доля региона в общемировом количестве прибытий составляет 4%, доля поступлений от туризма – 4% от общемировых показателей. Ведущие дестинации региона – Саудовская Аравия, Египет, Палестина демонстрировали в 2015 г. отрицательные темпы роста, однако ряд дестинаций позволил сохранить средний темп роста посещаемости на положительном уровне: Оман (+ 16%), Ливан (+ 12%), Катар (+ 4%) [40].

В мировой структуре прибытий по цели поездки первое место в 2015 г. занимал отдых (53%), далее – посещение родственников, лечение, религиозные причины (27%), затем бизнес – 14% (рис. 1.4).

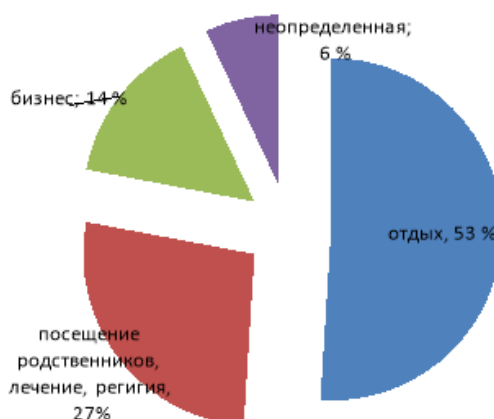


Рис. 1.4. Структура международных посещений по цели поездки, %
Источник: [44]

Структура международных поездок по типу транспорта в 2015 г. распределилась следующим образом: большинство путешествует по воздуху (54%), далее – при помощи автотранспорта – 39%, на долю морских поездок приходится 5% от общего числа международных посещений (см. рис. 1.5).

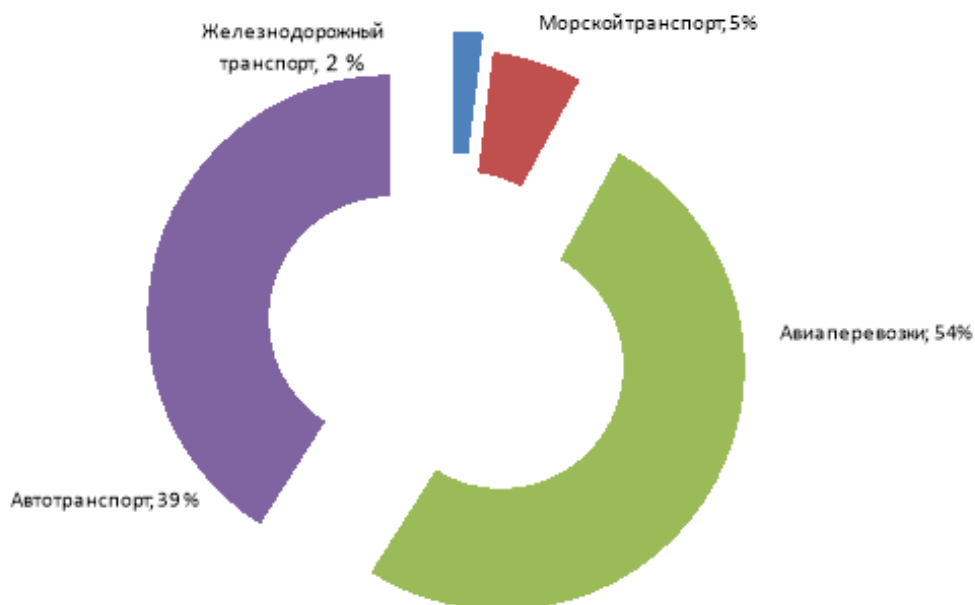


Рис. 1.5. Структура международных посещений по типу транспорта, %

Источник: [44]

Важным индикатором развития туризма в регионе являются показатели международных туристских доходов и расходов.

Согласно данным Всемирной туристской организации, опубликованным в «Барометре международного туризма UNWTO, 2016» [57], поступления от международного туризма продолжают рост после потерь 2009 года. В большинстве дестинаций были зарегистрированы новые рекордные показатели туристских доходов, общая сумма которых в мире в 2015 г. достигла рекордной отметки в 1260 млрд. долл. США, что на 320 млрд. долл. США больше, чем в предкризисном 2008 г. (рис. 1.6).

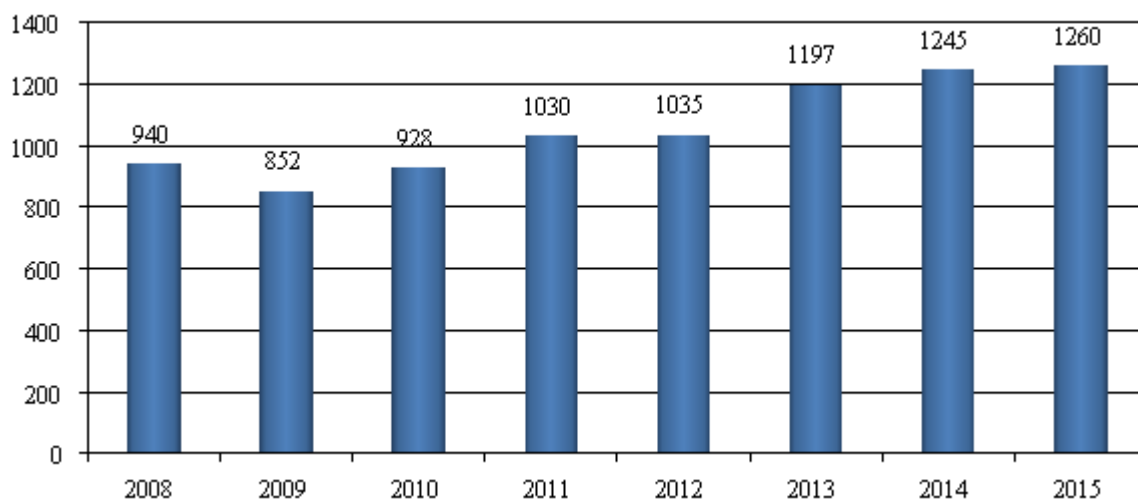


Рис. 1.6. Поступления от международного туризма, млрд. долл. США

Источник: [44]

По регионам, самые высокие темпы роста поступлений (+ 8,0%) в 2015 г. были зафиксированы в Америке, далее – Азиатско-Тихоокеанский регион и Ближний Восток (по + 4,0%), Европа (+ 3,0%), Африка (+ 2,0%).

В абсолютных величинах наибольшая доля поступлений от международного туризма пришлась на Европу – 451 млрд. долл. США (36% от общемировых), за которой следуют Азиатско-Тихоокеанский (33%, или 418 млрд. долл. США) и Американский (24%, или 304 млрд. долл. США) регионы. На Ближнем Востоке туристы потратили 54 млрд. долл. США (4%), в Африке – 33 млрд. долл. США (или 3% от общемировых) [4, с. 5].

Тройку стран-лидеров по объему международных поступлений от туризма в 2015 г. представляют США (204,5 млрд. долл. США), Китай (114,1 млрд. долл. США) и Испания (56,5 млрд. долл. США) [57].

Среди дестинаций-лидеров в 2015 г. наиболее существенно доходы от туризма возросли в Тайланде (+ 16,0%) и Китае (+ 8,3%). Вместе с тем, в ряде дестинаций-лидеров по доходам наблюдался спад поступлений от международного туризма по сравнению с 2014 г.: Макао (- 26,4%), Франция (- 21,0 %), Германия (- 14,9%), Италия (- 13,3%), Испания (- 13,2%) [4, с. 6].

В 2015 году на многих туристских рынках наблюдался активный рост спроса. Китай, занимающий первое место по международным расходам на

туризм с 2012 г., установил новый рекорд в сумме 292,2 млрд. долл. США в 2015 г., что на 26% больше, чем в предыдущем 2014 г. Начиная с 2000 г., ежегодные расходы Китая на международный туризм выросли более чем в десять раз. В 2014 г. Китай опередил США по этой статье расходов почти на 180 млрд. долл. США. Международные расходы США в 2014 г. составили 112,9 млрд. долл. США, а Германии, занявшей третье место рейтинга – 77,5 млрд. долл. США [24].

В большинстве стран-лидеров также наблюдалась положительная динамика спроса. Несмотря на экономическую напряженность в Европе, расходы на международный туризм были на хорошем уровне: Великобритания – 63,3 млрд. долл. США, Франция – 38,4 млрд. долл. США. Расходы Российской Федерации на международный туризм составили 34,9 млрд. долл. США, что позволило ей занять шестую строчку рейтинга. В Канаде данный показатель составил 29,4 млрд. долл. США. Австралия, потратившая на международный туризм в 2015 г. 23,5 млрд. долл. США, оказалась последней в десятке стран, предъявивших максимальный спрос на туризм в 2015 г., после Южной Кореи (25,0 млрд. долл. США) и Италии (24,4 млрд. долл. США) [24].

К числу менее крупных рынков, на которых наблюдался существенный прирост расходов на путешествия в 2015 г., можно отнести: Испанию, Швецию, Тайвань (пров. Китая), Кувейт, Филиппины, Тайланд, Аргентину, Израиль, Египет и Южную Африку.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод о тенденции устойчивого роста всех показателей мировой сферы туризма, а, следовательно, об устойчивости данного сектора экономики во время глобального экономического кризиса. Такой вывод подтверждается ежегодными положительными прогнозами экспертов Всемирной туристской организации [44], а также словами Генерального секретаря UNWTO Талеба Рифаи, прозвучавшими на открытии Глобального форума по туризму, проходившего в январе 2015 г. в Мадриде, Испания: «В последние годы

туризм проявил себя как поразительно устойчивая и жизнеспособная экономическая сфера деятельности и один из ключевых факторов экономического восстановления, генерируя миллиарды долларов в экспортном секторе и способствуя созданию миллионов рабочих мест. Это относится к турнаправлениям по всему миру» [53].

Анализ структуры мировых прибытий и доходов в 2014-2015 гг. также позволил автору сделать вывод, что количество прибывающих туристов не находится в прямой зависимости от туристского потенциала принимающих территорий. Обладая неизменным количеством туристских ресурсов и туристской инфраструктуры, дестинации ежегодно изменяют как темпы роста туристских прибытий и доходов, так и направления этого роста от положительного до отрицательного [23, С. 284].

Очевидно, что привлекательность дестинации для туристов, кроме ее туристского потенциала, формирует также целый ряд других факторов: социальных, финансовых, экономических, инвестиционных, технологических, правовых, институциональных, административных, геополитических, рыночных, вся совокупность которых составляет ее аттрактивный потенциал [63, с. 609]. Все это позволяет сделать вывод, что аттрактивный потенциал дестинации включает в себя ее туристский потенциал, а также организационно-экономический механизм, работа которого способна аккумулировать и преобразовывать имеющиеся ресурсы в конкурентоспособный туристский продукт.

ГЛАВА 2. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ СФЕРЫ РОССИИ И КИТАЯ

2.1. Факторов и условия международного сотрудничества России и Китая в туристском секторе

Мировой опыт свидетельствует, что на рубеже XX–XXI вв. заметно интенсифицировались и усложнились интеграционные процессы. Особое место в этих взаимодействиях принадлежит международному туризму, который относится к быстрорастущим секторам не только отдельных стран, но и мировой экономики [57] .

Рост туристских потоков в мире сопровождается существенными сдвигами в пользу стран Азиатско-Тихоокеанского региона, где явно усилились позиции России и Китая. Говоря об экономическом сотрудничестве двух стран, нельзя не отметить, что актуальность вопроса о туристических связях России с Китаем в XXI в. обусловливается географическим положением и исторически сложившейся ситуацией. Отношения между Китаем и Россией имеют давнюю историю, в которой тесно переплелись политика и экономика [19, С. 103].

На сегодняшний день одним из перспективных направлений сотрудничества России с Китая является туристическое взаимодействие. Возникновение и динамика международного туризма между ними определяются рядом причин, важнейшими из которых являются тенденции развития социальной среды, культуры и экономики, а также их трансформации, вызванные различными процессами [53].

Энергичное развитие туристических обменов между Китаем и России способствует укреплению культурных связей, росту взаимопонимания и сближению народов двух стран. Образы России в Китае и Китая в России вырисовывались из картин старого времени. Зачастую в глазах китайцев Россия казалась довольно непростой и замкнутой в огромных очередях, а Китай в глазах россиян виделся все той же бедной и отсталой страной. По

мере укрепления гуманитарных связей постепенно увеличивается число китайцев, которые проявляют интерес к богатой культурными традициями России, так и растет кол-во наших туристов, которые видят для себя возрожденный Китай и стали свидетелями его экономического «чуда». Знания народов друг о друге, его образе жизни, культуре постоянно расширяются и углубляются [36, С. 108].

Немаловажную роль в данном направлении Китай отводит развитию приграничного туризма, что нашло отражение в «Программе сотрудничества между районами старой промышленной базы Северо-Востока Китая и дальневосточными регионами России (2008 – 2015 годы)», подготовленной в одностороннем порядке Государственным комитетом по реформированию и развитию КНР. Большинство туристических маршрутов проходит по городам и курортным зонам Китая. При этом за приемлемую стоимость россиянам гарантируется высокий сервис обслуживания, качественное лечение. Для населения Дальнего Востока, особенно молодежи, уже является нормой ездить на отдых и лечение в Китай, а не в европейскую часть России [35].

С точки зрения индустрии туризма территория рассматривается как туристский продукт, который продвигается на туристском рынке. От того, насколько привлекательным является территориальный туристский продукт, зависит уровень развития индустрии туризма, а следовательно, экономический эффект развития экономики региона и страны в целом.

Индекс конкурентоспособности стран по уровню развития туризма формируется на основании сравнения различных данных. Структура индекса конкурентоспособности стран по уровню развития туризма (по данным Всемирного экономического форума) представлена на рисунке 2.1.



Рис. 2.1. Структура индекса конкурентоспособности стран по уровню развития туризма (по данным Всемирного экономического форума)
 Источник: [63, С. 610]

Таким образом, исходя из данной схемы, можно сделать вывод о том, что индекс конкурентоспособности состоит из множества показателей социально-экономического развития страны.

На сегодняшний день международный туризм развивается под воздействием факторов, свойственных собственно индустрии гостеприимства и туризма, а также факторов внешней среды, таких, как: политика и право, экономика и финансы, культура, социодемографические изменения, развитие торговли, транспорта, инфраструктуры и научно-технического прогресса (рис. 2.2).

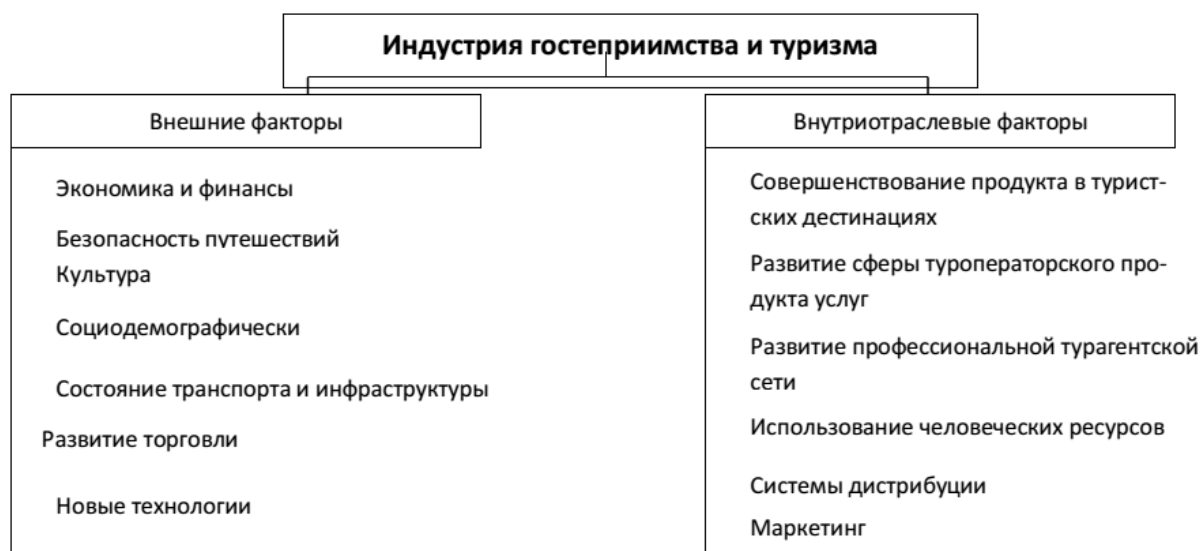


Рис. 2.2. Факторы развития международного туризма

Источник: [47]

При этом формирование и продвижение туристского бренда территории базируются на конкретных средствах распространения информации.

Отметим, что Китай обладает уникальными возможностями для совершенствования базовых форм туризма и создания ряда принципиально новых. Китайцы внимательно изучают международный опыт развития туристического бизнеса, весьма быстро осваивают нововведения и технические достижения, внимательно учатся и быстро готовят необходимые квалифицированные кадры. В результате в перспективе эти факторы будут способствовать еще более интенсивному росту многопрофильного китайского рынка диверсифицированных туристических услуг, повышению его роли на глобальном мировом туристическом рынке. При этом китайское правительство прилагает немало усилий для сохранения и развития национальной культуры [21, С. 156].

Развитие международного туризма в Китае происходит в рамках долгосрочного планирования с участием государственного управления и частного предпринимательства. Стратегия развития туризма Китая направлена на всемерную поддержку въездного туризма, активизацию внутреннего туризма и постепенное увеличение доли выездного туризма на

основе государственного регулирования. Это связано с противодействием утечке валютных резервов государства и возможным пассивным торговым балансом. В связи с этим государство предпринимает следующие управленческие меры [12, С. 59]:

1. Ограничение прав и количества туркомпаний, занимающихся выездным туризмом. Запрет иностранных инвестиций в организацию выездного туризма граждан Китая.

2. Валютные ограничения. При выезде за границу граждане Китая могут обменять определенную сумму на иностранную валюту, в пределах, предусмотренных законом. В последние годы наблюдается тенденция к увеличению этой обменной суммы валюты.

3. Госконтроль и регулирование в открытии новых мест назначения выездного туризма осуществляется по модели ADS, путем двусторонних переговоров.

Под влиянием ряда факторов, таких как визовая политика, языковой барьер и трудности в общении, питание, финансовая ограниченность основной формой китайского выездного туризма по-прежнему является массовый туризм. При этом турфирмы оказываются неотъемлемой частью при подготовке и реализации путешествия туристов. Предоставляя туристам полную программу с проживанием, питанием, транспортом и достопримечательностями, мало учитывая индивидуальный интерес, турфирмы ориентируются только на количественные показатели поездки, а не на качество туристических услуг. Это и есть нынешнее состояние китайского выездного туризма. Основной вид туризма – культурно-познавательный, выставочный и деловой. Например, самым распространенным маршрутом при поездке китайских туристов в Россию является недельный тур в Москву и Санкт-Петербург [18, С. 103].

Темпы роста въездного туризма в Китай несколько снижаются, в то же время выездной туризм растет быстрыми темпами. Замедление мировой экономики и укрепление курса юаня в настоящее время также стали

объективными причинами снижения въездного туристического потока. По оценкам экспертов, недостаточное качество услуг, загрязнение окружающей среды и т. п. также влияют на темпы снижения регулярного туристического потока в страну.

Благодаря значительному улучшению уровня жизни и уровня потребления китайского народа, количество выездных туристов растет не по дням, а по часам. Китайский народ в настоящее время стремится выйти на улицу, чтобы исследовать другие части мира, что создает огромный рынок для зарубежных стран.

Особенностью России является не только ее обширная территория, но и пограничное положение со многими европейскими странами. Для населения России характерны свободные рыночные условия для туркомпаний, традиционная отпускная привычка, неконкурентоспособный внутренний туризм. Все это способствует процветанию российского выездного туризма. Организация Российского выездного туризма осуществляется в правовых рамках соблюдения законов «Об основах туристической деятельности в Российской Федерации» и «О внесении изменений в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (01.06.2007), но, в отличие от Китая, без вмешательства со стороны правительства [52].

В соответствии с международным стандартом на российском рынке работают туроператоры, занимающиеся деятельностью по формированию, продвижению и реализации туристского продукта, и турагенты – посредники, осуществляющие продвижение и реализацию. На рынке российского туризма представлен сравнительно большой выбор туристских продуктов: культурно-познавательный, лечебно-оздоровительный, пляжный, экологический, круизный, деловой, шоппинг и т.д. [57].

Как самая большая страна в мире, гигантская территория России идет параллельно Ледовитому океану, охватывая два континента. К востоку находятся два крупнейших города России – величаявая столица Москва лежит внутри страны, в то время как могучий Санкт-Петербург расположен на берегу Невы ближе к границе с ЕС. Из центрального Урала, 102 000 км водных путей впадают в Балтийское, Белое, Каспийское и Черное моря, обеспечивая богатый природный ландшафт. Знаменитая Сибирь образует западную землю России. Век лагерей, ссылок и секретных баз делает этот отдаленный край страны легендой [51, С. 86]. Обширность Сибири делает ее местом для приключенческого туризма, некоторые части ее ледяной тундры – самые отдаленные места на планете. Лучший способ испытать Сибирь, несомненно, по железной дороге – легендарному Транссибу с живописными пейзажами и памятными остановками в скромных деревнях.

Кроме того всей территории России расположено огромное количество архитектурных достопримечательностей, чудес природы и просто красивых мест, которые, в силу своей новизны, могут заинтересовать туристов из других стран. Однако России не хватает хорошей инфраструктуры для путешественников вышколенного персонала и качественных дорог.

Теплый субтропический Черноморского побережья России является местом для ряда популярных морских курортов, в том числе Крым и Сочи, известный своими пляжами и прекрасной природой. В то же время Сочи может похвастаться рядом крупных горнолыжных курортов, таких как Красная Поляна; город являлся хозяином зимних Олимпийских игр 2014. В горах Северного Кавказа находится много других популярных лыжных курортов, таких как Домбай в Карачаево-Черкесии [51].

Самым известным природным туристическим направлением в России является озеро Байкал, названный Синим Оком Сибири. Это уникальное озеро, самое старое и самое глубокое в мире, кристально-чистые воды, которого окружены покрытыми тайгой горами.

Другие популярные туристические направления включают Камчатку с ее вулканами и гейзерами, Карелию с ее озерами и гранитными скалами, и Алтай с его снежными горами.

В последнее время существенно возрастает роль формирования единых рекреационных пространств в приграничных регионах сопредельных государств. Это создает благоприятные условия для развития туризма в приграничных регионах. Особенно наглядно это проявляется на сопредельных территориях России и Китая в Хабаровском и Приморском краях Дальнего Востока [41, С. 108].

Большое значение для развития туризма в современных условиях приобретает создание в России особых экономических зон рекреационного типа (ОЭЗ РТ), которые ориентированы на развитие рекреации и туризма, как важных направлений региональной экономики.

Сфера туризма имеет возрастающее значение и в международных взаимоотношениях современных Китая и России. Обе страны в настоящее время пользуются взаимным высоким туристским спросом, поэтому можно утверждать, что туризм в обеих странах играет значительную роль в укреплении дружбы и взаимопонимания между народами. При этом два основных фактора оказывают влияние на показатели внешней торговли туристскими услугами в двух странах: доходы населения (согласно теории, рост доходов стимулирует рост туристских поездок) и валютный курс (рост курса национальной валюты способствует росту импорта, и наоборот) [52].

Таким образом, приграничное расположение Китая с территорией России, привлекательные цены на авиабилеты и железнодорожный транспорт, а также благоприятный курс юаня по отношению к рублю, который стимулирует не только экспорт российских товаров в КНР, но и способствуют активному привлечению китайских туристов в Россию.

2.2. Особенности, формы и направления международного туризма между Россией и Китаем

В настоящее время сотрудничество Приморского края в сфере туризма осуществляется в разных направлениях. Это и организация совместных мероприятий, таких как международный лыжный фестиваль на горнолыжной базе в г. Ябули (провинция Хэйлунцзян, КНР), мероприятия традиционного китайского Праздника Фонарей (фестиваль культуры и туризма), Хэйлунцзянский международный лыжный фестиваль (провинция Хэйлунцзян). С 1997 г. в г. Владивостоке проходит Дальневосточная Международная туристская выставка (Дальтур) (с 2011 г. – РІТЕ), в которой активное участие принимают делегации Северо-Восточных провинций КНР. Делегации Приморского края принимают участие в крупнейших туристских выставках в КНР: Китайско-Российско-Монгольская выставка-ярмарка по науке, технике и инновационным технологиям (г. Маньчжурия); международная туристская выставка СІТМ (г. Куньмин, г. Шанхай), Харбинская международная торгово-экономическая ярмарка и др. [57].

Следует отметить, что туризм в Китае играет более заметную роль, чем в России. Так, в структуре доходов от экспорта услуг КНР туризм занимает лидирующую позицию. При этом туризм стал эффективным методом стабилизации развития национальной рыночной экономики и ее диверсификации. В России же туризм пока не является главной статьей доходов.

Рассматривая позиции стран в мировом туристском обмене, следует отметить, что Китай в последние годы уверенно наращивал свои позиции. По оценкам экспертов ЮНВТО в 2015 г. Китай стал туристским направлением «номер один» по числу принятых туристов и крупнейшим в мире рынком отечественного туризма. В отличие от Китая Россия, несмотря на свой высокий туристический потенциал, занимает незначительное место на мировом туристическом рынке. В мировом экспорте туристских услуг она не входит в восьмерку лидеров. Неблагоприятные тенденции, которые

отмечаются в сфере международного туризма в России (значительное превышение выездного туризма над въездным), негативно воздействуют на баланс туристских услуг страны, который длительное время складывался с отрицательным сальдо [40].

Если говорить о России в разрезе российско-китайских туристских отношений, то с 2010 г. количество граждан, посещающих Китай с туристической целью, стало быстро сокращаться, а соотношение потоков в трансграничных обменах стало меняться в сторону Китая. Доля российского выездного потока во взаимных обменах сократилась с 90,1% в 2010 г. до 38,1% – в 2015 г. Такой смене потоков и соответственно направлений способствовали следующие факторы [32, С. 237]:

1) девальвация национальной валюты по отношению к доллару и юаню. В этой связи для китайских граждан путешествие в Россию стало намного дешевле, в то время как отдых в Китае стал обходиться для россиян значительно дороже;

2) перераспределение туристских потоков в страны Юго-Восточной Азии в связи с открытием чартерных полетных программ;

3) несоответствие пары «цена – качество» при оказании услуг на территории КНР;

4) низкий уровень развития транспортной сети в приграничном сообщении между государствами;

5) «сытость» российских туристов такими популярными направлениями в Китае как Хэйхэ, Бэйдайхэ, Далянь, Пекин, Синьчэн;

6) рост внутренних туристских потоков в Китае [4], а также трансграничных обменов с зарубежными странами, наряду с повышением доходов, будут и дальше способствовать росту потока китайских граждан в Россию.

В этой связи, говоря о смене направлений под воздействием вышеперечисленных факторов, следует отметить, что в большей мере влиянию подверглись такие китайские направления как Пекин, Далянь, Харбин (все экскурсионные направления). Неизменным остался спрос на

направления «здоровье, море, бизнес», прежде всего такие направления как Удалянчи, Бэйдайхэ, Хэйхэ [44].

Таким образом, доля России в последние годы на рынке въездного туризма Китая уменьшается. В то же время Китай занимает лидирующую позицию в структуре въездного туризма России (75% в 2015 г.). Такие противоположные тенденции во взаимном туристском обмене двух стран во многом объясняются динамикой курса валют и уровнем.

В последние пять лет на российском туристском рынке наблюдается переориентация потоков в российско-китайском обмене и их сдвиги в пользу Китая. Так, если в 2012 г. Китай по количеству въехавших туристов в Россию занимал второе место, с численностью 343,4 тыс. туристов, то в 2015 г. он уже вышел на первое место, с показателем в 677,6 тыс. чел., увеличив поток туристов почти в 2 раза.

Таблица 2.1

Динамика туристских потоков между Россией и КНР
за 2012 – 2016 гг., тыс. чел.

	2012	2013	2014	2015	2016
Выехало в КНР из России с целью туризма	1329	1068	1731	1284	1676
<i>в % по сравнению с прошлым годом</i>	-	80,4	1,6 р.	74,2	130,5
Въехало из КНР в Россию с целью туризма	343	372	874	1122	1289
<i>в % по сравнению с прошлым годом</i>	-	108,5	2,3 р.	128,4	114,9

Рассчитано по материалам: [56]

Сравнивая общие показатели можно сделать вывод, что в 2015 году россияне путешествовали значительно меньше по сравнению с 2014 годом. Падение курса рубля, повышение цен значительно ударило по кошелькам россиян.

В то же время в связи с устойчивым ростом экономики Китая, осуществлением реформ, открытостью политики, существенным увеличением личного дохода всего народа, индустрия туризма страны наблюдается беспрецедентное развитие в последние годы, об этом свидетельствуют стабильные темпы роста туристских потоков между

Россией и КНР. Также наметился рост числа китайских туристов, выезжающих и в другие страны. Выезжающие китайские туристы проявляют высокую покупательную способность во всем мире [58, С. 41].

Определяющим фактором во взаимных туристских обменах России и Китая является валютный курс. Так, рост курса юаня по отношению к рублю стимулирует приток китайских туристов в Россию и, наоборот, ограничивает приток российских туристов в Китай.

По сравнению с Россией, выездной туризм Китая еще находится на начальной стадии развития. Процентное соотношение китайцев, выезжающих за рубеж к общему числу населения страны еще малозначительно.

В настоящее время существуют благоприятные перспективы для развития международного туризма между Китаем и Россией. В истории развития российско-китайского туризма важнейшая роль принадлежала южным районам Дальнего Востока России. Также быстро расширяются приграничные контакты в различных областях культуры, бизнеса и туризма. Наметилось интенсивное экономическое развитие Северо-Восточных провинций Китая [31].

В последние годы получило активное развитие направление образовательного туризма. Формирование данного направления в туризме имеет длительную историю. В 1957 г. в Москве было создано Общество советско-китайской дружбы (ОСКД), которое содействовало установлению контактов между китайскими и советскими учебными заведениями: было организовано сотрудничество по 124 совместным проектам, 66 вузов Китая обменивались научными материалами с 85 советскими вузами [57].

В 2000-е гг. для укрепления сотрудничества в области образования между КНР и Россией были созданы Институты Конфуция. Институт Конфуция во Владивостоке был основан 21 декабря 2006 г. на базе

Дальневосточного федерального университета. Он является одним из первых Институтов Конфуция в России [21, С. 156]. В шести школах Владивостока, в которых углубленно изучается китайский язык, имеется стабильный интерес к выезду в образовательные туры в КНР во время летних каникул для совершенствования языка [52]. Более того, в университетах Приморского края существуют двухдипломные образовательные программы с китайскими университетами, среди которых представлены Хэйлунцзянский научно-технический университет, Даляньский океанологический университет и др. Дальневосточный федеральный университет предлагает пройти стажировку или посетить языковые курсы в таких вузах Китая, как Даляньский университет иностранных языков (Далянь), Харбинский политехнический университет (Харбин), Хэйлунцзянский университет (Харбин), Цилиньский университет (Чаньчунь) и др. [57].

Спортивное направление в туризме также занимает особое место в двусторонних отношениях. На Дальнем Востоке накоплен богатый опыт проведения совместных соревнований и дружеских встреч между спортивными командами. В 1989 г. состоялась товарищеская встреча по волейболу и баскетболу между жителями приграничных территорий – поселка Пограничный и г. Суйфэньхэ. С 1992 г. в Еврейской автономной области проводятся спортивные соревнования и фестивали детского спорта «Шолом», в которых принимают участие дети из КНР [17, С. 32].

Развитие детского туризма между Приморским краем и КНР характеризуется давними и прочными связями. Основные направления сотрудничества Приморского края и КНР в сфере детского туризма – это детские российско-китайские фестивали дружбы, детские туры, обмен детскими делегациями, детский отдых, образовательные программы для детей. Ежегодно в городах России и Китая проводится до 30 российско-китайских детских фестивалей, среди них «Дружат дети на планете», «Снежная феерия», «Веселый ветер», «Цветочная радуга» и др. В Приморском крае существует около 10 организаций, которые организуют

регулярные детские туры на российско-китайском направлении более чем по 80-ти программам. Ежегодно более 75 делегаций школьников Приморского края выезжают в такие города КНР, как Пекин, Харбин, Далянь и др. До 30 делегаций китайских школьников приезжают в Приморский край для участия в концертных программах и спортивных соревнованиях [20, С. 124].

Всероссийский детский центр «Океан» ежегодно принимает от 300 до 750 китайских детей, которым требуется реабилитация после землетрясения, наводнения или иных стихийных бедствий. Например, в 2008 г. «Океан» принял 400 детей, пострадавших от землетрясения в провинции Сычуань [44]. В 2014 г. в ДЗОЛ «Юность» была проведена международная российско-китайская смена школьников [20, С. 126]. Приморский край является одним из регионов России, который наиболее активно развивает туристскую инфраструктуру и использует свои конкурентные преимущества геополитического положения и природно-климатического потенциала для интеграции в туристский рынок АТР.

Анализируя состояние и структуру выездного туризма обеих стран, обобщая их положительные стороны и недостатки, можно исправлять ошибки и выйти на путь прогрессивного развития туризма, и, в конечном счете – содействовать укреплению дружбы, экономических и культурных связей между двумя нашими странами. Развитие взаимовыгодного сотрудничества между Китаем и Россией – это стратегически оправданный путь в будущее.

2.3. Эффективность функционирования и тенденции развития туристических потоков России и Китая

Сложившиеся культурные связи между Россией и Китаем очень прочны. Для укрепления взаимопонимания и дружбы двух народов, повышения уровня китайско-российского партнерства стратегического взаимодействия, углубления туристического сотрудничества двух стран в

2012 году был установлен год туризма России в Китае, а в 2013 году – год туризма Китая в России [29, С. 199].

По данным Росстата, в 2016 г. Китай сохранил за собой первое место среди стран дальнего зарубежья по количеству посетивших Россию туристов (1289 тыс. человек, +14,9%). Кроме того, после четырех лет спада количество поездок россиян в Китай увеличилось, и КНР стала второй по популярности страной дальнего зарубежья для российских путешественников (1676 тыс. человек, +30,5 %). При этом значительную долю в турпотоке составили организованные краткосрочные (до 15 дней) безвизовые поездки группами от 5 до 50 человек, которые осуществлялись в рамках межправительственного соглашения.

Увеличение туристического потока в Россию в 2016 г. было обусловлено целым рядом факторов. По мере развития экономики доходы населения в Китае постепенно повышаются, в стране развивается средний класс, представители которого, с одной стороны, проявляют большой интерес к поездкам за рубеж, а с другой – к покупкам брендовых товаров класса люкс. Падение курса рубля сделало Россию страной, где китайские туристы могут совместить знакомство с богатым культурно-историческим наследием и выгодный шоппинг. Положительно сказывается и благоприятная политическая обстановка, обеспечение общественной безопасности и в целом позитивное отношение к России, прежде всего у старшего поколения граждан КНР [53, С. 267].

Постепенно расширяется география туризма. Так, традиционно выделяется два основных направления поездок: приграничные регионы Дальнего Востока и европейская часть России во главе с Москвой и Санкт-Петербургом, на которые приходится 42% и 47% безвизового турпотока соответственно [56].

Однако в последние несколько лет активно ведется работа по созданию новых маршрутов с учетом интересов китайских туристов. Такие инициативы позволяют знакомить их с культурным разнообразием регионов

России и общими страницами истории, реализовывать потенциал экологического туризма.

Помимо этого, с 2015 г. по инициативе Ульяновской области в России реализуется федеральный проект «Красный маршрут», в рамках которого туристы из КНР знакомятся с историей развития коммунистического движения. В него входят посещение Москвы и Санкт-Петербурга, родины В. Ленина г. Ульяновска и г. Казани, где он учился в университете. По словам Посла КНР в РФ Ли Хуэя, развитие «красного туризма» стало неотъемлемой частью процесса укрепления сотрудничества в гуманитарной сфере. Проект постоянно расширяется. Открытый в 2016 г. Музей VI съезда коммунистической партии Китая (КПК) в Новой Москве, как ожидается, войдет в число достопримечательностей на маршруте. Ведется разработка адаптированных под туристов из Китая «красных туров» на Сахалине с перелетом из Харбина. В 2017 г. в связи со столетней годовщиной революции 1917 г. значение «красного туризма» может значительно увеличиться [39, С. 258].

Еще одним фактором, способствовавшим росту туристических обменов, было увеличение в 2016 г. количества регулярных авиамаршрутов, соединяющих регионы России и Китая (в т.ч. из Санкт-Петербурга и Екатеринбурга), а также чартерных рейсов для обслуживания туристических пакетов российских и китайских операторов.

Кроме того, в крупных российских туристических центрах предпринимались попытки разрешить языковую проблему: появились вывески с рекламой на китайском языке, в магазинах – консультанты-переводчики, в отдельных аэропортах введен иероглифический режим табло вылетов и прилетов.

Для повышения качества обслуживания китайских туристов с 2014 г. в России реализуется программа China Friendly, направленная на устранение языкового и культурного барьера, с которым могут сталкиваться китайские туристы в России. Она предусматривает сертификацию тех заведений сферы услуг (отелей, ресторанов, объектов показа, торговых центров и туропера-

торов), которые соответствуют критериям программы комфортного пребывания туристов из КНР. В числе обязательных условий – наличие сотрудников со знанием китайского языка, pos-терминалы платежной системы UnionPay, неограниченный доступ к горячей питьевой воде [34, С. 81].

С китайской стороны в привлечении российских туристов традиционно активны северные и северо-восточные регионы, а также о. Хайнань. Власти провинции с 2016 г. используют особую маркетинговую стратегию на российском рынке, учитывая, что россияне заинтересованы не только в знакомстве с культурно-историческим наследием, но и в санаторном лечении и пляжном отдыхе. На курорте Санья были установлены указатели и вывески на русском языке, медицинские центры наняли на работу переводчиков, владеющих русским языком, было увеличено число чартерных рейсов. По итогам года россияне заняли первое место среди иностранных туристов на курорте.

В северо-восточной провинции Хэйлунцзян с июля 2016 г. в экспериментальном порядке введена процедура возврата налогов с покупок иностранных граждан в Китае (11 %) при выезде из КНР, что призвано способствовать повторным визитам россиян в Китай.

Аналогичный эксперимент в России планируется начать в 2017 г. Предполагается, что первыми в нем примут участие крупнейшие торговые центры, специализирующиеся на продаже товаров класса люкс (ГУМ, Петровский пассаж, ЦУМ и др.), причем возврат НДС будет распространяться и на продовольственные товары. НДС будет возмещен, если сумма покупок, сделанных в магазине, составит не менее 10 тыс. руб., т.е. около 170 долл.

Кроме того, в целях развития российско-китайских культурно-гуманитарных и иных связей страны постепенно облегчают визовый режим. Так, в 2016 г. граждане РФ получили право безвизового транзита в течение 144 часов через территорию Шанхая, провинций Чжэцзян и Цзянсу. При транзите через Пекин, Гуанчжоу, Чэнду, Чунцин, Далянь, Шэньян, Сиань,

Гуйлинь, Куньмин, Ухань, Сямэнь, Тяньцзинь, Харбин, Циндао и Чанша по-прежнему действуют правила транзита в течение 72 часов [11, С. 249].

Что касается российской стороны, в феврале 2017 г. глава Федерального агентства по туризму (Ростуризм) О. Сафонов заявил, что для увеличения въездного туристического потока России следует упростить пограничные формальности, в частности значительно снизить стоимость въездных виз или сделать их бесплатными. По данным Государственного управления по делам туризма КНР в России, индивидуальные туристы испытывают трудности с посещением РФ в связи с высоким тарифом на оформление российской визы: услуги визового центра стоят 50 долл., столько же составляет комиссия консульского отдела и услуги посредников, т.е. около 150 долл. Проект развития въездного туризма, внесенный Ростуризмом в правительство России, предусматривает в том числе работу над упрощением визовых, таможенных и пограничных процедур, включая развитие пунктов пропуска и совершенствование законодательной базы. Основной упор предполагается делать не на безвизовых поездках, а на упрощении визовых процедур [52].

В марте 2017 г. принят закон об упрощенном порядке въезда на Дальний Восток для иностранных туристов и инвесторов. Согласно документу, иностранные граждане смогут в упрощенном порядке посетить пять дальневосточных регионов, где действует режим Свободного порта, – Приморский и Хабаровский края, Сахалинскую область, Чукотку и Камчатку. Для получения визы иностранным гражданам необходимо будет воспользоваться специальным сайтом и заполнить анкету. При положительном ответе виза будет проставлена прямо на российской границе без взимания консульского сбора. Срок действия визы – 30 дней с момента ее оформления с разрешенным сроком пребывания в России до 8 суток.

Упрощенный визовый режим на территории Свободного порта должен был заработать еще с 1 января 2016 г., однако соответствующие силовые ведомства не успели подготовить в срок нормативно-правовую базу и

технические средства для реализации этой части закона. Сроки введения безвизового режима неоднократно переносились сначала на июль, а затем на сентябрь 2016 г. [52].

Долгосрочный положительный эффект перечисленных мер в значительной степени будет зависеть от качества предоставляемых услуг, полученных иностранцами впечатлений от визита в другую страну и формирования у них по итогам поездки позитивного отношения к культуре и народу принимающей страны. В связи с этим отдельные аспекты организации туристических обменов между Россией и Китаем нуждаются в дальнейшем совершенствовании.

Определенную роль в этом должна сыграть принятая межгосударственная Программа сотрудничества между регионами Дальнего Востока и Восточной Сибири РФ и Северо-Востока КНР (2009-2018 годы), в которой отмечены такие направления взаимодействия, как создание в приграничных районах маршрутов российско-китайской дружбы по центральным городам на Востоке России и Китая, проведение международных туристских форумов в пограничных городах двух стран, а также организация туристических маршрутов по российско-китайским пограничным рекам и других совместных трансграничных туристических маршрутов [33, С. 24]. При этом особо выделена совместная организация рекреационно-туристического тура по рекам бассейна реки Амур с заходами в Уссури, Сунгари и Зею (российско-китайский туристический проект «Амур-Хэйлунцзян»). Все эти маршруты призваны повысить привлекательность приграничных регионов для внутренних и зарубежных туристов.

Подводя итог анализу развития туризма между Россией и Китаем, необходимо отметить следующие основные моменты:

– во-первых, международный туризм в российско-китайских отношениях получил в последние годы новый импульс для развития, о чем свидетельствует активизация межгосударственных и межрегиональных взаимодействий в туристской сфере между странами;

– во-вторых, спад в развитии международного туризма продлился недолго и с 2010 г. было отмечено активное восстановление туристских прибытий и доходов в обеих странах, а также туристских обменов между Россией и Китаем, что является положительной тенденцией;

– в-третьих, межрегиональные взаимодействия в туристской сфере в приграничной зоне России и Китая быстрее и существеннее реагируют на институциональные изменения, что прослеживается в реакции динамики туристских потоков и структуры поездок на принятие межгосударственных соглашений и законодательных актов в обеих странах;

– в-четвертых, развитие туристских миграций между странами свидетельствует о повышении мобильности граждан обеих стран, которая способствует увеличению межкультурных контактов, лучшему взаимопониманию народов и взаимопроникновению культур, а также более толерантному отношению народов друг к другу;

– в-пятых, наличие взаимной заинтересованности в развитии туризма между странами, создание конкретных перспективных межгосударственных маршрутов [57], поддерживаемых руководством стран, будут и в дальнейшем определять развитие взаимного туризма между странами.

Таким образом, в современных условиях мирового экономического развития продвижение туризма между двумя странами имеет важное стратегическое значение. При этом перспективы туристского взаимодействия России и Китая, безусловно, существуют. С учетом быстрых темпов роста общего числа убытий из Китая, в обозримом будущем Китай может стать главным партнером России в области туризма. Однако при формировании туристских продуктов необходимо проводить дополнительное исследование спроса китайских и российских туроператоров. Только при совместной работе российских и китайских туроператоров, которые могут обмениваться информацией и опытом, возможно наращивание турпотоков в обоих направлениях.

ГЛАВА 3. НАПРАВЛЕНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ РОССИИ И КИТАЯ

3.1. Современные проблемы и противоречия развития туристических потоков России и Китая

В настоящее время мировой туристский рынок характеризуется высокой степенью конкурентной борьбы, одним из главных инструментов которой на сегодняшний день является повышение качества туристских услуг [64].

Международная практика показывает, что повышение конкурентоспособности туристского продукта любой страны на мировом рынке может быть достигнуто при условии выделения государственных бюджетных средств, достаточных для некоммерческого продвижения туристского продукта на внутреннем и мировом рынках. Большинство европейских стран, имеющих туристские ресурсы и стремящиеся развивать туризм, также вкладывают ощутимые средства в продвижение своих стран на мировом рынке, которые в среднем составляют около 31,7 млн. евро ежегодно [57].

Отметим имеющиеся препятствия для более успешного развития международного туризма в Китае. В частности, осуществляется государственная регламентация географии поездок через систему соглашений с принимающими странами и присуждения этим странам статуса «официального туристского направления» (QTN). Это является обязательным условием организации поездок из КНР с целью туризма на личные средства. Число таких официально утвержденных туристских направлений быстро возрастало с 1983 по 2007 г. в соответствии с последовательной государственной политикой развития международного туризма [44]. Однако, выбор турпродуктов для международного туризма пока еще относительно мал. Отсталый механизм управления, отсутствие инноваций в турбизнесе препятствуют не только развитию выездного

туризма, но и развитию всего китайского туризма в целом. Недостаточно внимания уделяется менеджменту, маркетингу и рекламе туристских продуктов и международному сотрудничеству в туристской сфере.

Если посмотреть отзывы на иностранных сайтах о России, то можно отметить следующие характеристики, присвоенные стране: «отели в России стоят очень дорого. Большинство хороших отелей являются дочерними предприятия иностранных сетей, которые открылись за последние несколько лет. Советские отели в старом стиле могут быть дешевле, но им не хватает комплекса необходимых услуг, а иногда чистоты и безопасности [41, С. 108].

Имейте в виду, что «звездный рейтинг» для российских отелей не имеет ничего общего с остальным миром. Если вы собираетесь остаться в Москве, Санкт - Петербурге или Новосибирске лучший способ – арендовать квартиру. Это намного лучше и дешевле, чем пребывание в гостинице (особенно с маленькими детьми)».

Что касается международных потоков туристов между Россией и Китаем, то в этих отношениях действует особая китайская модель принятия туристов. Ведущую роль в ней играет диаспора, представители которой в сотрудничестве с китайскими туристическими операторами предоставляют полный спектр услуг: заселяют группы в собственные отели, проводят экскурсии, возят туристов в специальные, зачастую открытые только для этих целей магазины сувениров и рестораны. Экскурсии зачастую проводят несертифицированные гиды из числа граждан КНР, в основном студенты, не имеющие права заниматься трудовой деятельностью по миграционному законодательству России [63]. В Китае же в соответствии с Законом КНР «О туризме» гидом-переводчиком может работать только гражданин КНР. Туристические группы от 15 человек не имеют права передвигаться по территории КНР без местного сопровождающего. Нередко китайские гиды вытесняют с российского рынка сертифицированных отечественных специалистов, при этом дают ложную информацию об истории и культуре страны, взимают с туристов высокую плату за услуги, которые должны

предоставляться бесплатно или по низкому тарифу, привозят в магазины, торгующие контрафактной продукцией по высоким ценам. В то же время в отдельных регионах России действительно отмечается нехватка сертифицированных работающих по специальности гидов, а многие туроператоры не выдерживают демпинга со стороны китайских конкурентов и занимаются только оформлением безвизовых групповых поездок. Региональные туроператоры также жалуются на то, что китайские коллеги копируют и продают программы разработанных ими туров. Важно, чтобы нормы миграционного законодательства в отношении гидов-нелегалов в России соблюдались так же строго, как в Китае. Их легализация возможна только в случае принятия аналогичных мер со стороны КНР [48, С. 88].

Помимо этого, летом 2016 г. на фоне роста числа китайских туристов имел место острый дефицит автобусов. Отмечалась нехватка номерного фонда в отелях Москвы и Санкт-Петербурга.

Выездной туризм из России в Китай подвержен влиянию негативных факторов [44]:

- во-первых, колебания обменного курса. Расходы на поездки в Китай идут вверх, и многие потенциальные посетители, таким образом, обращаются к другим направлениям.

- во-вторых, экономический спад заставляет людей тратить меньше денег на путешествия, в то время как европейские и американские гости вносят значительную долю на рынке въездного туризма страны.

- в-третьих, традиционные туристическим маршрутам и продуктам не хватает новизны и конкурентоспособности, что вполне может сыграть на руку нашей стране.

- в-четвертых, по сравнению с другими странами, китайские власти вкладывают меньше усилий в продвижении продуктов, входящих в поездку.

- в-пятых, снижение национального имиджа страны, вызванное коррупцией и другими факторами, оказывает негативное влияние на рынок въездного туризма. И последняя, но не менее важная проблема, это

загрязнение воздуха и проблемы продовольственной безопасности, возникающие в последние годы. Данные факторы заставляют некоторых иностранных посетителей беспокоиться об условиях поездок в Китай и менять свои планы.

Таким образом, важнейшие организационно-экономические проблемы въездного туризма в РФ можно свести к двум основным. С одной стороны, с ростом благосостояния российского общества увеличится объем выездного туризма, что, безусловно, повысит требовательность российского потребителя туруслуг к их качеству [23, С. 284]. Уже сейчас идет осознание необходимости в нивелировании как стандарта услуг, так и уровня цен на туристические услуги. С другой стороны, въездной туризм является важным источником валютных поступлений. Падение объемов въездного туризма требует от отечественных фирм, принимающих туристов, проанализировать причины отсутствия интереса к нашей стране у западного туриста. Туризм оказывает воздействие на экономику практически по всем аспектам фундаментального определения этой сферы жизни общества.

Таким образом, качество и доступность туристических услуг оставляет желать лучшего и представляющаяся возможность привлечь поток новых туристов на российский туристический рынок становится весьма проблематичной [40].

С целью увеличения международных туристских прибытий мировая туристская общественность в лице ЮНВТО сформулировала следующие основные задачи, стоящие перед странами на ближайшее десятилетие:

- повышение общей ответственности и роли координации со стороны правительств стран, делающих ставку на развитие туризма;
- обеспечение мер безопасности и своевременного обеспечения туристов необходимой информацией;
- повышение роли государственной политики в сфере туризма;
- усиление роли государственно-частных партнерств;

– необходимость государственных вложений в развитие туризма, прежде всего в продвижение туристского продукта и развитие туристской инфраструктуры.

3.2. Направления и перспективы укрепления сотрудничества России и Китая в туристском секторе

В условиях мирового экономического кризиса развитие и продвижение туризма между двумя странами имеет важное стратегическое значение. Основные усилия в укреплении сотрудничества России и Китая в туристском секторе должны быть направлены на повышение качественных, но не количественных показателей туристического бизнеса. Требуется активное изучение интересов основных групп прибывающих туристов, чтобы сделать организацию туристских услуг более эффективной и финансово выгодной для принимающей стороны [32, С. 237].

Пока из-за сохраняющихся проблем в российском туристическом секторе у китайских туристов нередко остаются отрицательные впечатления от поездки. С высокой вероятностью они не пожелают вернуться в Россию сами и не порекомендуют посетить страну друзьям и знакомым. При этом многие китайцы делятся впечатлениями от путешествий в популярных социальных сетях, что увеличивает охват аудитории, которая получит негативные отзывы о России. Системная работа по решению этих проблем при поддержке государства абсолютно необходима.

Важно уделять больше внимания обеспечению комфортного пребывания китайских и российских туристов (как групповых, так и индивидуальных) на территории двух стран: обеспечить наличие достаточного номерного фонда (прежде всего, средней ценовой категории) и туристических автобусов; упростить и удешевить логистику за счет организации дополнительных чартерных рейсов в пик туристического сезона; расширять географию прямого сообщения между регионами двух стран; снизить минимальное число участников организованной группы для

безвизового пребывания на территории РФ и КНР; обеспечить контроль качества сервиса и постоянно его повышать [57].

Охват программы China Friendly все еще очень мал. Некоторые заведения получили соответствующие сертификаты, хотя не соответствовали необходимым требованиям. В переводах рекламы на китайский язык нередко встречаются грубые ошибки.

Российским и китайским туристическим компаниям следует уделять больше внимания изучению интересов и потребностей потенциальных туристов, привлекать к работе специалистов-регионоведов со знанием соответствующих языков, с тем, чтобы создавать новые и адаптировать существующие маршруты для туристических обменов [31].

Необходимо брендировать не отдельные регионы, а Россию в целом как привлекательное туристическое направление для летнего и зимнего туризма. При этом важно продвигать обмены не только в рамках профессиональных выставок и конференций, но и через китайские традиционные СМИ и в особенности через новые медиа, доводя информацию до потенциальных туристов. Следует обратить внимание на локализацию сайтов гостиниц, торговых центров, музеев и иных важных туристических объектов, с тем, чтобы сделать их интуитивно понятными для китайских посетителей [63].

В рамках организации и формирования эффективной работы в индустрии туризма большая роль принадлежит политико-правовому фактору. Так как политический режим и стабильность в стране главным образом влияют на изменения въездных и выездных потоков.

Основные направления совершенствования нормативного правового регулирования в сфере туризма предполагают разработку правовых актов, касающихся всех секторов развития индустрии туризма. К ним относятся вопросы совершенствования федерального и регионального законодательства, стимулирования инвестиционной активности, повышения

качества туристских услуг, государственной поддержки внутреннего туризма.

Меры по совершенствованию федерального и регионального законодательства включают в себя следующие вопросы [52]:

- ужесточение юридической ответственности за незаконную предпринимательскую деятельность в сфере туризма;
- содействие унификации законодательства субъектов Российской Федерации в сфере туризма;
- реализация государственной политики в области безопасности туризма, в том числе повышение юридической ответственности лиц и организаций, оказывающих услуги в области безопасности туризма.

Большое значение имеет и легкость получения виз в страны. С пониманием возрастающей роли туризма многие страны идут на упрощение визового режима, особенно в туристический сезон.

В первую очередь речь идет о многофункциональном медицинском туризме. Он способствует активному развитию многих, в том числе экономически менее развитых и отдаленных районов Китая. Наряду с этим следует целенаправленно развивать спортивный туризм и активный отдых, который в Китае не пользуется большой популярностью, хотя реальные возможности для развития сектора данного вида туризма в Китае возрастают.

Актуальным является принятие комплекса мер, направленных на повышение культуры безопасности туризма и предполагающих формирование у туристов и экскурсантов сознательного отношения к обеспечению личной безопасности, а также к охране окружающей среды, культурно-историческому и природному наследию [58, С. 41].

Необходима реализация действующих норм законодательства в части создания в местах активного отдыха и туризма условий для беспрепятственного доступа к средствам связи, а также для страхования рисков, связанных с прохождением туристами и экскурсантами маршрутов повышенной опасности.

Одной из основных задач в ближайшие годы является подготовка квалифицированных кадров для обслуживания гостей и туристов принимающих стран. С целью повышения качества туристских услуг необходимо проводить стандартизацию (аттестацию) деятельности инструкторов – проводников в области обеспечения безопасности путешествий, связанных с прохождением туристами (экскурсантами) маршрутов, представляющих повышенную опасность для их жизни и здоровья (горная и труднопроходимая местность, спелеологические и водные объекты и другие) [38, С. 90]. С этой же целью необходима стандартизация (аттестация) деятельности экскурсоводов, гидов, гидов (переводчиков) в целях укрепления единства культурно-информационного пространства Российской Федерации, в том числе доведения до российских и иностранных туристов и экскурсантов полной и достоверной информации о материальных и духовных ценностях нашей страны, ее историческом и культурном наследии, а также роли и месте туризма в современном мире.

Проблема повышения качества туристских услуг является комплексной и должна решаться как за счет мер по совершенствованию системы категоричности гостиниц и других средств размещения, внедрения систем классификации пляжей и горнолыжных склонов, разработки профессиональных стандартов обслуживания, так и путем создания соответствующих требованиям работодателей образовательных стандартов и повышения уровня профессиональной подготовки и переподготовки кадров индустрии туризма.

В любом случае дальнейшее развитие туристической отрасли следует осуществлять на основе использования комплексного подхода и системного планирования. Государственным органам следует более активно поддерживать и развивать совместно с частными инвесторами, в том числе с иностранными, новые направления туристического бизнеса и более активно их продвигать на рынке [45, С. 277].

Необходимо сформировать национальную систему повышения качества туристических услуг, которая будет направлена на достижение конкурентоспособности отечественного предложения по сравнению с иностранным. Данная система должна учитывать различный уровень платежеспособности групп граждан современного общества и охватывать все слои населения. Усовершенствования должны регулироваться на государственном уровне и обеспечиваться федеральной поддержкой. В таком случае мы сможем говорить о здоровой конкуренции с иностранными туристическими компаниями, показывая достойный уровень предоставляемых услуг [57].

Китай и Россия имеют много общего не только в области развития туризма, но и в других сферах хозяйственной деятельности. Анализируя состояние и структуру выездного туризма обеих стран, обобщая их положительные стороны и недостатки, можно исправить ошибки и выйти на путь прогрессивного развития туризма, и, в конечном счете – содействовать укреплению дружбы, экономических и культурных связей между двумя нашими странами. Развитие взаимовыгодного сотрудничества между Китаем и Россией – это стратегически оправданный путь в будущее.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Туризм как мировое явление начал заявлять о себе еще с середины XVIII в. Туризм можно изучать как науку, заниматься его исследованием, так как он является существенным комплексом мирового хозяйства. Туризм оказывает существенное влияние на экономику и развитие региона, способствуя: увеличению денежного потока в регион, в том числе приток иностранной валюты; рост валового национального продукта; создание новых рабочих мест; реформирование структуры отдыха, которая может быть использована как туристами, так и местным населением; привлечения капитала, в том числе и иностранного; увеличение налоговых сборов принимающего региона.

Международный туризм является на сегодняшний день важным объектом изучения. Международные туристские связи стали составной частью социально-экономических отношений мирового сообщества.

Международный туризм сфера комплексная, и ее развитие может быть инициирована из целого ряда источников, прежде всего, это развитие всего сектора услуг в целом, что показывает на необходимость активных действий, прежде всего со стороны государства, направленных на создание условий для устойчивого развития туризма. Поскольку сфера туризма представляет собой сложный межотраслевой комплекс, то нормативное правовое регулирование отношений в данной сфере включает в себя не только правовые акты законодательства о туристской деятельности, но и акты различных отраслей законодательства отдельных стран.

В разрезе мирового туристского рынка мировое пространство подразделяют на макрорегионы, каждый из которых как социально-территориальный феномен представляет собой группу стран (мезорегионы), составляющих определенную целостность относительно устойчивых экономико-географических, демографических и социокультурных особенностей.

Согласно классификации ЮНВТО в мире выделяют шесть туристских макрорегионов.

Отношения между Китаем и Россией имеют давнюю историю, в которой тесно переплелись политика и экономика. На сегодняшний день одним из перспективных направлений сотрудничества России с Китая является туристическое взаимодействие. Возникновение и динамика международного туризма между ними определяются рядом причин, важнейшими из которых являются тенденции развития социальной среды, культуры и экономики, а также их трансформации, вызванные различными процессами.

К основным факторам, способствующим развитию туристской индустрии между странами относят: приграничное расположение Китая с территорией России, привлекательные цены на авиабилеты и железнодорожный транспорт, а также благоприятный курс юаня по отношению к рублю.

Следует отметить, что туризм в Китае играет более заметную роль, чем в России. Так, в структуре доходов от экспорта услуг КНР туризм занимает лидирующую позицию. При этом туризм стал эффективным методом стабилизации развития национальной рыночной экономики и ее диверсификации. В России же туризм пока не является главной статьей доходов. При этом в последние пять лет на российском туристском рынке наблюдается переориентация потоков в российско-китайском обмене и их сдвиги в пользу Китая. Так, если в 2012 г. Китай по количеству въехавших туристов в Россию занимал второе место, с численностью 343,4 тыс. туристов, то в 2015 г. он уже вышел на первое место, с показателем в 677,6 тыс. чел., увеличив поток туристов почти в 2 раза.

Анализируя состояние и структуру выездного туризма обеих стран, обобщая их положительные стороны и недостатки, можно исправлять ошибки и выйти на путь прогрессивного развития туризма, и, в конечном счете – содействовать укреплению дружбы, экономических и культурных

связей между двумя нашими странами. Развитие взаимовыгодного сотрудничества между Китаем и Россией – это стратегически оправданный путь в будущее.

В настоящее время мировой туристский рынок характеризуется высокой степенью конкурентной борьбы, одним из главных инструментов которой на сегодняшний день является повышение качества туристских услуг.

Можно отметить ряд проблем препятствующих развитию денной сферы отношений между странами. Пока из-за сохраняющихся проблем в российском туристическом секторе у китайских туристов нередко остаются отрицательные впечатления от поездки. Важно уделять больше внимания обеспечению комфортного пребывания китайских и российских туристов (как групповых, так и индивидуальных) на территории двух стран: обеспечить наличие достаточного номерного фонда (прежде всего, средней ценовой категории) и туристических автобусов; упростить и удешевить логистику за счет организации дополнительных чартерных рейсов в пик туристического сезона; расширять географию прямого сообщения между регионами двух стран; снизить минимальное число участников организованной группы для безвизового пребывания на территории РФ и КНР; обеспечить контроль качества сервиса и постоянно его повышать.

Таким образом, необходимо отметить, что перспективы туристского взаимодействия России и Китая, безусловно, существуют. С учетом быстрых темпов роста общего числа убытий из Китая, в обозримом будущем Китай может стать главным партнером России в области туризма. Однако при формировании туристских продуктов необходимо проводить дополнительное исследование спроса китайских и российских туроператоров. Только при совместной работе российских и китайских туроператоров, которые могут обмениваться информацией и опытом, возможно наращивание турпотоков в обоих направлениях.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. «Об основах туристской деятельности в РФ» [Электронный ресурс]: федер. закон от 10.01.2003 N 15-ФЗ : в ред. от от 22.08.2004 N 122-ФЗ, от 27.09.2009 N 12-ФЗ // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». Информ. банк «Версия Проф».
2. О лицензировании международной туристической деятельности [Электронный ресурс]: Постановление Правительства РФ от 12 декабря 1995 г. № 1222-ФЗ: в ред. от 27 декабря 2012 г. // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». Информ. банк «Версия Проф».
3. Закон КНР «О внешней торговле» (Принят 12 мая 1994 года, исправлен 6 апреля 2004 года). Законы Китая [Электронный ресурс] – . – Режим доступа: <http://www.chinapro.ru/law/32/>
4. Конституция Китайской Народной Республики [электронный ресурс] – . – Режим доступа: <http://www.uglc.net/constitution7.php>
5. Азар, В.И. Экономика туристского рынка: конспект лекций [Текст]: учеб.-метод. пособие / В.И. Азар, С.Ю. Туманов. – М.: ИПК госслужбы: 2009. – 452 с.
6. Александрова, А.Ю. Политико-административные границы и туризм [Текст] / А.Ю. Александрова // Россия и Китай: социально-экономическое взаимодействие между странами и приграничными регионами. Вып. 1: материалы международной научно – практической конференции / под общ. ред. Л.А. Понкратовой, А.А. Забияко. Благовещенск: Амурский гос. Ун-т, 2011. – С. 282-287.
7. Александрова, Е.Н. Динамика и стратегические направления развития международного туризма в России [Текст] / Е.Н. Александрова, Н.В. Андреева, Т.А. Стадник, // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2014. – № 11 (248). – С. 31-38.
8. Асланова, Т.О. Регулирование внешнеэкономической сферы:

некоторые проблемы совершенствования [Текст] / Т.О Асланова // Проблемы прогнозирования. – 2012. – № 2. – С. 90-102.

9. Балабанов, И.Т. Экономика туризма [Текст] : учеб. пособие / И.Т. Балабанов – М.: Финансы и статистика, 2010. – 789 с.

10. Барашок, И. В., Моргун, М. Н. К вопросу об истории российско-китайского молодежного сотрудничества [Текст] / И. В. Барашок, М. Н. Моргун // IV Российско-китайский форум по приграничному туризму между регионами Дальнего Востока и Восточной Сибири Российской Федерации и Северо-Востока Китайской Народной Республики. – Владивосток, 2014. – С. 130-134.

11. Барнасян, Л.Е. Туризм и кросс-культурные коммуникации в деловом сотрудничестве России и КНР [Текст] / Л.Е. Барнасян, О.Н. Забарина // Россия и Китай: вектор развития: материалы Международной научно-практической конференции (5 декабря 2016 г.) / под общей ред. О.А. Цепелева. – Благовещенск, Изд-во Амурского гос. ун-та, 2017. – С. 249-251.

12. Белозерова, Ю.М. Анализ современных тенденций в сфере международного туризма: возможности и угрозы для развития внутреннего туризма в регионах Российской Федерации [Текст] / Ю.М. Белозерова // Туризм в регионах. – 2014. – №10 (337). – С. 59-64.

13. Болтачева, В.П., Барашок И.В. Развитие и современное состояние российско-китайских туристских связей [Электронный ресурс] / В.П. Болтачева, И.В. Барашок // Наследие нобелевских лауреатов по экономике: сб. ст. III Всерос. науч.-практ. конф. молод. учен. – Самара, 2016. – . – Режим доступа: <https://regrazvitie.ru/konferentsii/>

14. Борисов, К.Г. Международный туризм и право [Текст]: учеб. пособие для вузов/ К.Г. Борисов. – М.: Нимп, 2010. – 879 с.

15. Бурак, П.И. Туризм в России больше, чем туризм [Текст] / П.И. Бурак, Т.И. Зворыкина // Стандарты и качество. – 2016. – № 2. – С. 58-64.

16. Волков, С.К. Российская Федерация как туристское направление: проблемы продвижения и пути решения / С.К. Волков // Проблемы. Поиск.

Решения. – 2013 – №4 (283) – С. 57-62.

17. Воронкова, О. Н. Международный туризм: политика развития [Текст] : учеб. пособие / О. Н. Воронкова, Е. П. Пузакова – М.: «Экономистъ», 2010. – 495 с.

18. Галенко, Е.В. Основные этапы сотрудничества двух стран в области формирования индустрии туризма между регионами Дальнего Востока и Восточной Сибири Российской Федерации и Северо-Востоком Китайской Народной Республики / Е.В. Галенко // IV Российско-китайский форум по приграничному туризму между регионами Дальнего Востока и Восточной Сибири Российской Федерации и Северо-Востока Китайской Народной Республики. – Владивосток, 2014. – С. 24-31.

19. Гасанова, К.К. Российско-китайские экономические отношения; проблемы и перспективы [Текст] / К.К. Гасанова // Закон и право. – 2012. – №7 – С. 103-105.

20. Гатауллина, С.Ю. Развитие детского туризма между Россией и Китаем на примере Приморского края [Текст] / С.Ю. Гатауллина // IV Российско-китайский форум по приграничному туризму между регионами Дальнего Востока и Восточной Сибири Российской Федерации и Северо-Востока Китайской Народной Республики. – Владивосток, 2014. – С. 124-130.

21. Гатауллина, С.Ю. Современное состояние и перспективы развития сотрудничества в сфере туризма Приморского края и Северо-Востока КНР [Текст] / С.Ю. Гатауллина // Россия и Китай: история и перспективы сотрудничества: материалы IV междунар. науч.-практ. конф. (Благовещенск – Хэйхэ – Харбин, 14-19 мая 2014 г.). – Благовещенск, 2014. – С. 156-158.

22. Голубева, И.А. Опыт развития событийного туризма на приграничных территориях Китайской Народной Республики [Текст] / И.А. Голубева, О.В. Пешкова // Россия и Китай: история и перспективы сотрудничества: материалы IV междунар. науч.-практ. конф. (Благовещенск – Хэйхэ – Харбин, 14-19 мая 2014 г.). – Благовещенск, 2014. – С. 158-162.

23. Гончаренко, В.А. Трансграничные туристские обмены в контактной

зоне России и Китая: воздействие различных факторов на дестинации [Текст] / В.А. Гончаренко, Л.А. Понкратова // Россия и Китай: вектор развития: материалы Международной научно-практической конференции (5 декабря 2016 г.) / под общей ред. О.А. Цепелева. – Благовещенск, Изд-во Амурского гос. ун-та, 2017. – С. 284-287.

24. Данилова, Е.В. О зарубежном опыте развития Международного туризма [Электронный ресурс] / Е.В. Данилова. – . – Режим доступа: [http : //www.rgwto.com](http://www.rgwto.com).

25. Денисенко, М.Н. Туризм [Текст]: учеб. пособие / под ред. Осьмовой М.Н., Бойченко А.В. – Москва: ИНФРА – М, 2012. – 851 с.

26. Докашенко, Л.В. Предпосылки развития делового туризма в России [Текст] / Л.В. Докашенко // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2015. – №1 (176). – С. 78-86.

27. Дусенко С.В., Теличева Е.Г. Туризм: социальный анализ и региональные тенденции развития [Текст]: монография / С.В. Дусенко, Е.Г. Теличева. – Хабаровск: ТОГУ, 2014. – 157 с.

28. Евсеев, В.О. Экономические основы социального туризма [Текст] / В.О. Евсеев, О.В. Никонова, Т.А. Коржинек / Инновационный потенциал стран Евразийского сообщества и ближнего зарубежья в формировании нового общества XXI века. Международная научно-практическая конференция (сборник научных трудов) 18 мая 2012г. – М.: ГАСИС-ЦИТИСЭ, 2012. – С. 190-196.

29. Забарина, О.Н. Россия и Китай на мировом рынке туризма: особенности, тенденции и межстрановое взаимодействие [Текст] / О.Н. Забарина, Е.А. Царевская // Вестник АмГУ. – 2015. – Выпуск 71. – С. 199-203.

30. Илькевич, С.В. Экономические аспекты устойчивого развития туризма в регионах Российской Федерации [Текст] / С.В. Илькевич, Е.С. Сахарчук // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. – 2014. – №2. – Том 8. – С. 4-17.

31. Китайский научно-исследовательский институт туризм [Электронный ресурс] : [офиц. сайт]. – . – Режим доступа: [http:// china-outbound.com/](http://china-outbound.com/)

32. Левина, Д.И. Международный туризм в межрегиональном сотрудничестве России и Китая: основные тенденции и пути развития [Текст] / Д.И. Левина, Е.А. Царевская // Россия и Китай: вектор развития: материалы Международной научно-практической конференции (5 декабря 2016 г.) / под общей ред. О.А. Цепелева. – Благовещенск, Изд-во Амурского гос. ун-та, 2017. – С. 237-239.

33. Мартышенко, Н.С. Исследование структуры потребления туристских услуг по турам Владивосток – Китай [Текст] / Н.С. Мартышенко // Практический маркетинг. – 2010. – №5(159). – С. 24-32.

34. Мартышенко, Н.С. Исследование цикла туристических поездок из Приморского края в Китай [Текст] / Н.С. Мартышенко // Региональные проблемы. – 2012. – №1. – Т.15. – С. 81-90.

35. Мирошниченко, О.В. Международные туристские миграции как фактор интеграционных процессов между регионами России и Китая [Электронный ресурс] / О.В. Мирошниченко, Л.А. Понкратова // Управление экономическими системами: электронный научный журнал, – 2011. – № 8 (32). – . – Режим доступа: <http://www.uecs.ru>.

36. Мирошниченко, О.В. Международный туризм в трансграничном взаимодействии Амурской области и КНР [Текст] / О.В. Мирошниченко, Е.А. Царевская // Известия Сочинского государственного университета. – 2013. – №4-1 (27). – С. 108-114.

37. Мирошниченко, О.В. Международный туризм в южных регионах Дальневосточного федерального округа: современные тенденции и особенности развития [Текст] / О.В. Мирошниченко, Е.А. Царевская // Вестник АмГУ. – 2013. – Выпуск 61. – С. 124-134.

38. Михайленко, А.Н. Факторы развития приграничья (на примере приграничных территорий России и Китая) [Текст] / А.Н. Михайленко, И.И.

Арсентьева // Россия и современ, мир. – 2013. – №1. – С. 90-100.

39. Морева, Е.В. Культурно-исторический туризм: «красные туры» для китайских туристов / Е.В. Морева, О.Н. Забарина // Россия и Китай: вектор развития: материалы Международной научно-практической конференции (5 декабря 2016 г.) / под общей ред. О.А. Цепелева. – Благовещенск, Изд-во Амурского гос. ун-та, 2017. – С. 258-260.

40. Новиков, В.С. Инновации в туризме [Электронный ресурс] / В.С. Новиков. – . – Режим доступа: http://tourlib.net/books_tourism/novikov25.htm

41. Овчаров, А. Туристический комплекс в России: тенденции и риски. / А. Овчаров // Вопросы экономики. – 2011. – № 1. – С. 108-119.

42. Основы туризма [Текст]: учебник для обучения студентов высших учебных заведений / под ред. Е.Л. Писаревского. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 384 с.

43. Официальная статистическая информация Всемирной торговой организации. [Электронный ресурс]: [офиц. сайт] – . – Режим доступа: <http://www.wto.org>.

44. Официальная статистическая информация Всемирной туристской организации. [Электронный ресурс]: [офиц. сайт] – . – Режим доступа: <http://www.unwto.org/ru>.

45. Пьянкова, В.В. Участие России в проекте «Один пояс – один путь»: потенциальные перспективы и риски [Текст] / В.В. Пьянкова, Тианинг Ми // Россия и Китай: вектор развития: материалы Международной научно-практической конференции (5 декабря 2016 г.) / под общей ред. О.А. Цепелева. – Благовещенск, Изд-во Амурского гос. ун-та, 2017. – С. 277-280.

46. Романова, М.М. Информационные технологии в туризме [Текст] / М.М. Романова // Ценности и интересы современного общества: материалы Междунар. науч.-практич. конф. Ч. 3. – М., 2013. – С. 89-93.

47. Романова, М.М. Факторы, влияющие на развитие индустрии туризма [Электронный ресурс] / М.М. Романова // Концепт. – 2014. – № 02 (февраль). – . – Режим доступа: <http://e-koncept.ru/2014/14036.htm>.

48. Романова, М.М. Характеристика особенностей индустрии гостеприимства как объекта управления [Текст] / М.М. Романова // Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО. – 2012. – № 5. – С. 88–90.

49. Самойленко, А.А. География туризма [Текст]: учеб. пособие. / А.А. Самойленко. – М.: Феникс, 2009. – 678 с.

50. Синецкий, Б.И. Международный туризм [Текст]: учебн. пособие / Б.И. Синецкий, Н.К. Моисеева. – М.: Изд-во «Пресс», 2011. – 129с.

51. Современный туризм: актуальные проблемы и перспективы [Текст]: коллективная монография / под общей редакцией С.В. Дусенко. – М.: РГУФКСМиТ, 2016. – 238 с.

52. Стратегия развития туризма в Российской Федерации как ключевое направление государственного регулирования туристской деятельности [Электронный ресурс] – . – Режим доступа: http://www.nat-moo.ru/_rtf/Pisarevskiy.doc

53. Титова, А.Д. Межрегиональные особенности развития туризма в Китае [Текст] / А.Д. Титова, Л.А. Понкратова // Россия и Китай: вектор развития: материалы Международной научно-практической конференции (5 декабря 2016 г.) / под общей ред. О.А. Цепелева. – Благовещенск, Изд-во Амурского гос. ун-та, 2017. – С. 267-270.

54. Туристический портал о Китае [Электронный ресурс] – . – Режим доступа: <http://www.visitchina.ru>.

55. Ушаков, А.С. Технологии выездного туризма [Текст]: учебник для вузов. 3-е изд. Серия «Туризм и сервис» / А.С. Ушаков. – Ростов-н / Д.: Феникс, 2013. – 456 с.

56. Федеральное агентство по туризму [Электронный ресурс]: [официальный сайт]. – . – Режим доступа: <http://www.russiatourism.ru>.

57. Центр изучения международных отношений в Азиатско-Тихоокеанском регионе [Электронный ресурс] – . – Режим доступа: <http://www.ru.apircenter.org/archives/1561>.

58. Чжан, Би Юй. Государственное регулирование развития туризма (на примере Китая) [Текст] / Би Юй Чжан // Научное обозрение. Серия 1: Экономика и право. – 2014 – №6 – С. 41-44.

59. Чжан, Би Юй. Китайцы за границей [Текст] / Би Юй Чжан // Ежемесячный научный и общественно-политический журнал: Азия и Африка Сегодня. – 2013 – №6 (671) – С. 60-62.

60. Чуднаковский, А.Д. Туризм и гостиничное хозяйство [Текст]: учебник / под. ред. А.Д. Чудновского. – Изд. 2-е, перераб. и доп. – М.: ЮРКНИГА, 2011. – 369 с.

61. Чуднаковский, А.Д. Управление индустрией туризма [Текст]: учебное пособие / А.Д. Чуднаковский, М.А. Жукова, В.С. Сенин. – М.: КНОРУС, 2010. – 782 с.

62. Чудновский, А.Д. Менеджмент туризма [Текст]: учебник / А.Д. Чудновский, Н.В. Королев, Е.А. Гаврилова, М.А. Жукова, Н.А. Зайцева. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 576 с.

63. Швецова, Л.Н. Методологическая роль международного туризма в современном мире [Текст] / Л.Н. Швецова // Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России: Материалы международной научнопрактической конференции, 9-10 марта 2017 г./ под ред. С.В. Дусенко, Н.Л. Авиловой; РГУФКСМиТ. – М., 2017. – С. 608-612

64. Эксперт РА Рейтинговое агентство [Электронный ресурс] : [официальный сайт] – Индекс конкурентоспособности сектора путешествий и туризма. – М., 2013. – . – Режим доступа: <http://raexpert.ru>

65. 中华人民共和国国家统计局 Государственный статистический сайт КНР : [официальный сайт]. – . – <http://data.stats.gov.cn/workspace/>

ПРИЛОЖЕНИЕ

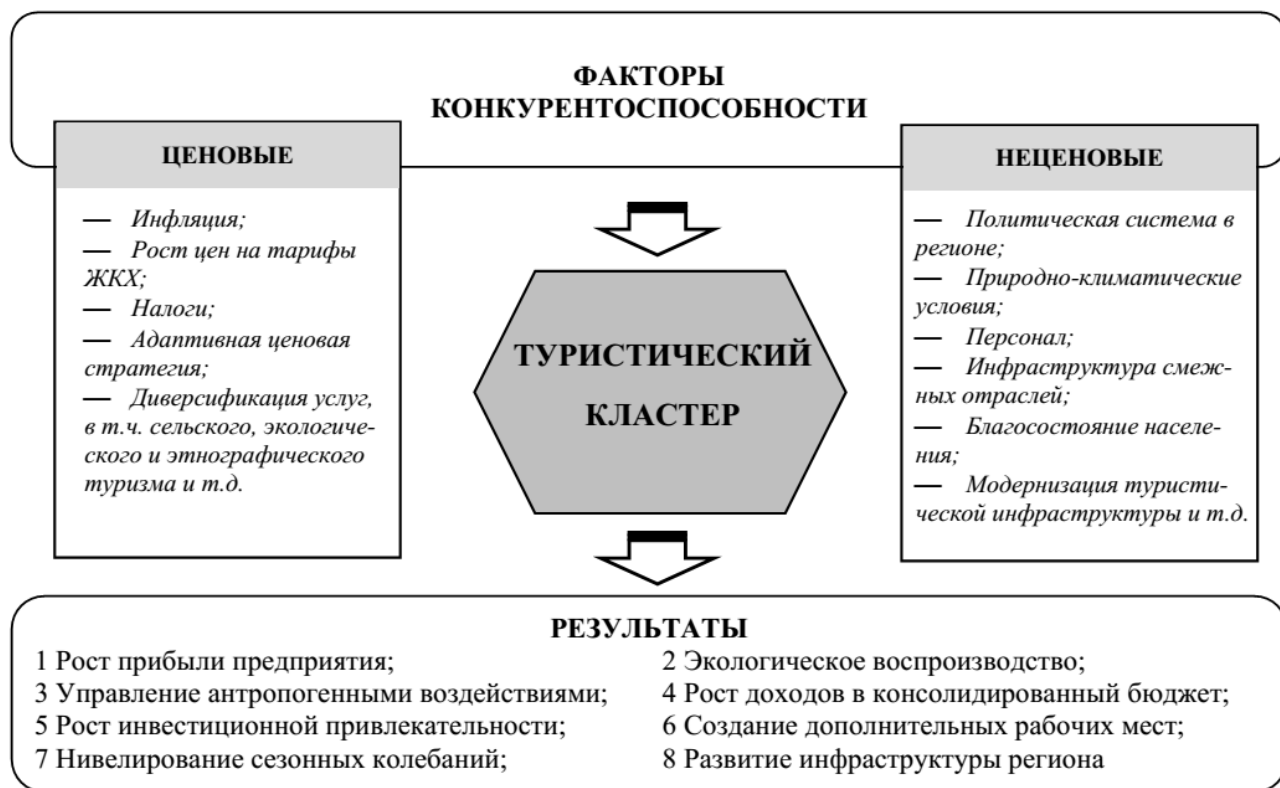


Рис. Факторы конкурентоспособности формируемого туристического кластера